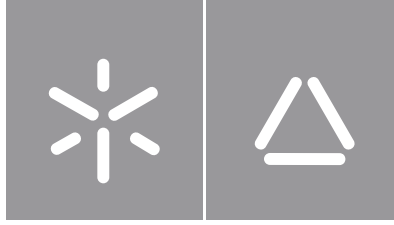


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Diogo de Gregório Oliveira Carneiro

**A Internet Como Vetor de Socialização
e/ou de Manipulação
no Panorama das Redes Sociais**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Diogo de Gregório Oliveira Carneiro

**A Internet Como Vetor de Socialização
e/ou de Manipulação
no Panorama das Redes Sociais**

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Sociologia
Cultura Lazer e Turismo

Trabalho efetuado sob a orientação do(a)
Professor Doutor Jean-Martin Rabot

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos. Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada. Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



**Atribuição
CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Agradecimentos

Ao meu irmão, por todas as discussões que tivemos para trocar argumentos e conhecer melhor o mundo através do ponto de vista um do outro. À minha avó materna, que me criou, ofereceu-me o almoço e conversa comigo diariamente. Aos meus tios, pela perseverança em me tornar uma pessoa melhor, mais culta e competente. Aos meus amigos, que me proporcionam momentos de convívio e enriquecimento pessoal. À malta do Ecos do Lima – aos que estiveram – e aos que ainda estão; que tanto aprendemos em conjunto, e vivemos dificuldades e virtudes uns com os outros. Mas, mais profundamente, aos meus pais, que me ofereceram todas as condições possíveis para que seja o homem que sou hoje, com os valores que tenho hoje, com as decisões que tomo hoje, e com a forma de estar no quotidiano que adoto hoje. Aos meus pais pelo investimento monetário em cada propina, em cada quarto arrendado, em cada viagem feita, para que me formasse e me tornasse na pessoa que queria ser. A eles, que sempre me deram asas para voar, e, novamente a eles por me tornarem, em grande parte, no Ser humano que sou hoje. Todos os meus agradecimentos à minha família e aos meus amigos, porque todos eles contribuíram, e não de contribuir, para me reconstruir a cada dia que passa.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração. Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Resumo

Apesar do uso da *internet* estar padronizado e normalizado nas estruturas da sociedade, existem fatores sociais e demográficos que pecam na capacidade e eficiência de conseguirmos representá-la em todos os locais do planeta. No séc. XXI, tanto nas sociedades desenvolvidas como até nalguns pontos das não desenvolvidas, a *internet* tornou-se numa ferramenta essencial de trabalho e de lazer.

Através do uso da mesma é possível alargar horizontes nas mais diferenciadas áreas, usá-la em benefício de aprendizagem e socialização, mas também usá-la como uma ferramenta de manipulação e disseminação de informação que não é correta tanto cientificamente como eticamente. A *internet* e as redes sociais têm vários lados, e como em tudo o que se vê, existe o lado bom e o lado mau; cabe a cada um medir o que entende e classifica por cada um desses lados e fazer um uso correto, responsável e moral da mesma.

As sociedades desenvolveram-se em variados aspetos desde a era glacial, até ao séc. XXI. Aos poucos, os mecanismos de socialização e as vertentes da comunicação foram-se alterando de século para século: desde o paleolítico até à modernidade. Houve inúmeras mudanças nas formas como nos relacionamos, agimos, comunicamos e vivemos. O desenvolvimento foi a palavra-chave, no que toca a permitir tais transformações, e com ele veio o advento da *internet*, e com ela o das redes sociais.

Nas redes sociais mudamos a forma de estar no dia-a-dia, mudamos detalhes, e até mudamos crenças. Todas as redes sociais de sucesso foram criadas com base na adição, de maneira a que o utilizador se sinta bem enquanto navega por elas. As consequências posteriormente são visíveis quer a curto, médio e longo prazo: quer seja na manipulação por parte da própria rede perante o seu utilizador, quer seja por as visitar em “piloto automático”, em que de repente se está a navegar na rede social sem que se tenha a consciência de que realmente o está a fazer.

Devido ao controlo quase invisível por parte do algoritmo das redes sociais – com o fim de agradar o utilizador no conteúdo a que tem acesso – descobriu-se uma forte arma de manipulação: o utilizador vê o que as redes querem que veja e não o que quer. Foi precisamente através desta forma de pensar que surgiu a manipulação de eleições em alguns pontos do globo, pois empresas como a Cambridge Analytica trabalharam arduamente para juntar milhares de informações de cada perfil, com o fim de traçar um retrato psicológico, e desta forma fazer a manipulação necessária para quem contratasse a empresa.

Palavras-chave: Cambridge Analytica, Comunicação, Facebook, Internet, Redes Sociais

Abstract

Although the use of Internet is being standardized and normalized into society's frame, there are social and demographic factors which fail to represent Internet all over the world. In the 21st century, both in developed and some poor societies, Internet has become in an essential working and hobby tool. Internet help people to widen horizons in the most different fields by using it in their own socializing and learning skills. However, Internet can also be used as a tool to manipulate, which is ethically and scientific incorrect. Internet and social medias have plenty of sides: the bad ones and the good ones. It is up to each one to measure what he or she understands and classifies by each of these sides and make a correct, responsible and moral use of the Internet.

Since the Ice Age to the 21st century, societies have developed in varied ways. Step by step, the mechanisms of socialization and the aspects of communication have changed from century to century: from the Paleolithic to Modernity. There have been countless changes in the ways we relate, act, communicate, and do our lives. Development has been the key word when it comes to enabling such transformations, and with it came the advent of the Internet, and with it the social media.

Social media can change our everyday life. It can change details and even beliefs. Every social media was made to addict its users, to make them feel good when scrolling down. Further there's consequences in a short, medium, and long term: either by manipulating the user or by inventing him into the social media without him realize.

Within the almost invisible social media algorithm there is a manipulation weapon to be found: the user sees what the social media allows him to see, but what he is interested in, the social media does not show. This way of thinking made it possible to manipulate some elections around the world. Companies like Cambridge Analytica worked to bring together thousands of information of each profile, with the goal of draw a psychological portrait and in that way make the necessary manipulation for the ones who contracted the company.

Keywords: Cambridge Analytica, Communication, Facebook, *Internet*, Social Media

Índice

1. Introdução	8
2. Antes da <i>Internet</i>	11
2.1. As primeiras formas de socialização	11
2.2. Do paleolítico ao neolítico.....	12
2.2.1 - Mesolítico.....	14
2.2.2 Neolítico	14
2.3. Aspetos da Evolução da Sociedade do Passado	16
3. Tecnologia: uma ligação interpessoal para a comunicação.....	18
3.1. O Fordismo	18
3.2. O Taylorismo	19
3.3. O Toyotismo e o Volvismo.....	20
3.4. Produção Flexível.....	21
3.5. Volvismo: uma revolução moderna no desenvolvimento tecnológico	22
4. À descoberta do mundo.....	24
4.1. As Naus.....	24
4.2. O Globo e as Telecomunicações: o caminho para a <i>internet</i>	24
4.3. O lado negro online da globalização	26
5. A Rede que nos une.....	28
5.1. Maffesoli na perspetiva das “tribos”	29
5.2. As “tribos” no contexto moderno	31
6. Modernidade e adaptação.....	33
6.1. Status e redes.....	35
7. Redes Sociais: a manipulação e recolha de dados	36
7.1. O caso de Salvini	36
7.2. O escândalo da Cambridge Analytica.....	37
7.2.1- A curiosidade de David Carroll	37
7.2.2 - A eleição de Donald Trump	38
7.3. A palestra de Alexander Nix	39
7.4. A subida de Ted Cruz.....	42
7.5. O relato de Cristopher Wylie	42
7.5.1 - Brittany Kaiser: o braço direito de Nix	43
7.5.2 - Carol Cadwalladr: a jornalista obcecada	44
7.6. Fim da linha.....	45

8. As Redes Sociais em análise	48
8.1. Facebook	48
8.2. Instagram	48
8.3. Twitter	49
8.3.1 - Donald Trump e o Twitter	51
9. Metodologia	52
9.1. Pressupostos	52
9.2. Pesquisa Quantitativa	53
9.3. Método Qualitativo	54
9.4. Objetivos	56
10. Análise Dos Dados Recolhidos	59
10.1. A questão da socialização	59
10.1.1. Uma Socialização Transparente	59
10.1.2 A <i>Internet</i> e os Processos de Socialização	60
10.1.3 – A socialização pré e pós internet.....	61
10.1.4 – O papel das redes sociais na socialização.....	63
10.2. A questão da cibersegurança: A Dualidade Entre a Liberdade Online e a Extração de Dados 66	
10.2.1 – Os anúncios publicitários, os dados e o algoritmo	66
10.2.2 – Os grupos nas redes sociais e o tribalismo	70
10.3. Estado e instituições: o papel na proteção de dados	74
10.3.1 – Ameaças à democracia no digital	75
10.3.2 – Políticas de privacidade nas redes sociais	78
10.4. Sociedade Mais Ligada, Sociedade Mais Fragmentada	79
10.4.1 – Redes sociais: agregador ou distanciador?	80
10.4.2 – Relações para a vida real?	82
11. Conclusão	84
12. Referências Bibliográficas	86
12.1. Situações de entrevista	95

1. Introdução

É no universo das novas tecnologias que o mundo passa por maior transição na realidade contemporânea. A influência da imagem coloca em contratempo o estatuto do real e do virtual redefinindo-os na orientação das relações dos indivíduos e sociedades. (Oliveira, 2003, p.2)

Com certeza no virtual reside uma verdadeira revolução do tempo e do espaço, pois podemos também perceber a interação entre o usuário e a imagem em tempo real, fazendo nos questionar sobre a natureza da realidade do mundo real e de seu espaço real. (Oliveira, 2003, p.7)

Como afirma Harvey (1998), o modo como representamos espaço e tempo na teoria importa, visto afetar a maneira como nós e os outros interpretarmos e depois agimos com relação ao mundo (Oliveira, 2003, p.8)

Em toda a história do ser humano, sempre foi patente o objetivo de potenciar o desenvolvimento no que toca à matéria da evolução humana; a constante transformação do planeta e necessidade de adaptação dos seres vivos fizeram com que conhecêssemos padrões de vida, que a sociedade que viveu no passado estava longe de imaginar que fosse possível existir nos dias de hoje. O progresso paira desde que há conhecimento da história da humanidade. É facto que longe vão os tempos do “*Homo Habilis*” e que o desenvolvimento tecnológico era aí algo que nunca se pensou que chegasse sequer a existir. Pertencia a um futuro longínquo, o qual, não poderia ser perspectivado dada à grande variedade de alterações que se vieram a verificar.

O panorama evolutivo é chave de toda a transformação que se veio a verificar ao longo dos séculos, desde cada descoberta com peso e medida relevante para a humanidade, até à mais simples técnica rudimentar de construção adotada pelos nossos antepassados.

Quando Charles Darwin sugeriu a existência da Seleção Natural entre as espécies estava-se a referir a isso mesmo: à evolução. Certo é que a obra de Darwin é extensa, é discutível, e não é objetivo desta dissertação dedicar foco nela, porém é no exemplo da Seleção Natural que se encontra a relevância para começar por perceber um pouco como funciona a evolução, quer nas espécies, quer usando-a como uma metáfora para a vida em sociedade.

O processo evolutivo começa no início da História da humanidade, logo aquando do surgimento dos australopitecos. Nesses tempos, as dinâmicas de vida eram totalmente diferentes do que o que conhecemos hoje, desde a comunicação às características biológicas dos seres, aos utensílios, às habitações, à morfologia. Em suma, as diferenças eram de facto imensas face aos dias de hoje, e até

aos dias de um passado mais lá atrás. Há, a meu ver um “capítulo” de grande relevância na história do Mundo. Afirimo que existe relevância porque foi através dele que todos nos conectamos como um todo, foi através dele que se descobriram novas terras, e ainda hoje existem repercussões do mesmo: os Descobrimentos.

O exemplo descrito anteriormente é mais uma excelente amostra de como a evolução proporcionou, preparou – e de certa forma anteviu - a globalização. O que permitiu ao povo português um grande sucesso no séc. XV além da sua bravura, foi a construção e uso da Caravela. Repare-se que

“coube aos portugueses de Quatrocentos e de Quinhentos criar essa tecnologia, a qual foi sendo concebida, através de um processo dialético que os homens estabeleceram com o mar, isto é, criavam-se os meios para se ir mais além, mas esse ir mais além suscitava a necessidade de novos meios para vencer uma nova etapa, e assim sucessivamente. Por outras palavras: a cada dificuldade que ia surgindo, criavam-se os meios para a vencer.” (Silva, 1992, p.99).

É na necessidade de superação que está a evolução, e tal como no séc. XV podemos considerar a Caravela um mecanismo de extrema importância para o caso, nos dias de hoje atribui-se esse valor à *internet*.

Ao longo das últimas décadas, o poder da *internet* tem-se evidenciado no seio das comunidades mundiais, principalmente nas de índice com maior desenvolvimento, não excluindo, no entanto, as que são consideradas menos desenvolvidas (pois muitos desses países têm acesso a ela). A Sociologia é a ciência mais indicada para realçar e prestar a devida atenção, análise, observação e estudo a este fenómeno. Apesar de ser um tema relativamente recente no contexto histórico da sociedade, atualmente é possível observar que houve material de ordem teórica que foi desenvolvido por sociólogos dentro deste âmbito, como são os casos de Michel Maffesoli, Marshal McLuhan e alguns outros teóricos.

O desenvolvimento tecnológico permitiu que as dinâmicas de interação social - na medida de estender este papel às práticas de ordem burocráticas, institucionais, entre outras - se alterassem significativamente.

Recorrendo a alguns dos trabalhos já publicados na área da sociologia, e também através das conclusões daí retiradas, procura-se, sobretudo, delinear os principais fatores que ajudem à

compreensão do porquê da *internet* – com preponderância nas redes sociais - ter o papel fulcral que tem no contexto socioeconómico que atravessa as sociedades do sec. XXI.

A metodologia desta dissertação será baseada – além do desenvolvimento de questões teóricas – em trabalho empírico de índole qualitativa, como a realização de entrevistas exploratórias. Havendo, portanto, o objetivo principal de perceber em que moldes a *internet* é nos dias de hoje um vetor de socialização, no âmbito das redes sociais.

2. Antes da *Internet*

2.1. As primeiras formas de socialização

Todas as formas de vida começam na biologia. Essa é a ciência que tem como base e início para tudo que hoje existe na face do planeta Terra. Devemos à biologia o facto de estarmos vivos: em suma devemos a esta ciência tudo. Devemos à biologia o facto de existir flora, devemos à biologia a existência de micro-organismos, devemos à biologia a vida nas águas, devemos à biologia a vida na terra, e devemos à biologia a vida no mar. É graças à biologia que houve um desenvolvimento a vários níveis na evolução das espécies.

O planeta Terra é uma espiral cheia de história e curiosidades, é notável todas as evoluções, todas as mudanças (e em raros casos não mudanças) que aconteceram ao longo de toda a sua história. Façamos uma viagem até milhões de anos atrás onde “alguns animais como o crocodilo pouco mudaram em 65 milhões de anos. Algumas plantas, como o feto, que têm mais de 60 milhões de anos, parecem primitivas e ancestrais, ao contrário das flores delicadas que existem apenas há cerca de 100 milhões de anos, enquanto animais com pelo são mais recentes.” (Wood, 2005, p.7) Repare-se que tanto houve espécies que evoluíram, como houve outras que se mantiveram praticamente sem alterações – muitas delas até se mantiveram primitivas.

A evolução leva à comunicação, à globalização, à massificação. A evolução é a chave para o desenvolvimento de tudo o que conhecemos, e até do que não conhecemos. Repare-se que no passado até os próprios continentes do planeta eram divididos de outra maneira, mas devido às placas tectónicas existentes a divisão nos dias de hoje é feita de outra maneira. O processo evolutivo há milhões de anos transatos foi notório em várias esferas da vida, mas existe uma componente onde se notou com maior nitidez: na biodiversidade, quer na fauna, quer na flora. O código genético tem uma importância forte neste sentido, pois “o processo de mudança de um tipo de animal ou planta para outro, após numerosas gerações, é aquilo a que chamamos “evolução””. (Wood, 2005, p.14). Se olharmos com atenção para o exemplo dos chimpanzés face à espécie humana existe uma relação muito forte, pois “os humanos partilham 98,5% do seu ADN com os chimpanzés.” (Dunbar, 2006, p.28)

Houve tempos em que se definia a evolução usando a teoria *darwinista*, no entanto o conceito evolutivo também abarca a outra face da moeda, isto é, ir ao outro extremo; a entre ajuda é, tal como a

seleção natural através do conflito, da competição, um mecanismo muito importante para o processo evolutivo das espécies (ser humano incluído).

Todas as vicissitudes que acontecem nos animais, podem e devem ser comparadas ao ser humano – afinal somos todos seres vivos. Repare-se que “muitos animais, tal como o Homem, vivem em sociedades nas quais a sobrevivência e a saúde do indivíduo dependem da saúde da comunidade no seu todo. (...) As comunidades que se entrelaçam estão com frequência interrelacionadas, significando que partilham genes muito semelhantes” (Wood, 2005, p.15). Ora se a saúde da comunidade não estiver em melhores condições não haverá (ou haverá em menor quantidade) quem tome conta das crias, dos doentes, em suma dos mais vulneráveis; o que acarreta que estarão menos protegidos e mais expostos ao perigo do exterior. Tal analogia, mais uma vez se adequa ao exemplo do Homem e da sua vida em sociedade em que “neste seis milhões de anos, tivemos de acrescentar traços novos e ajustar e torcer os antigos para nos acomodarmos às voltas e reviravoltas de outros aspetos da história evolutiva” (Dunbar, 2006, p.107)

Nos parágrafos acima foram discutidas as bases da evolução, aliando-a à biologia e à pré-história – tudo vem de trás, do início. Após as declarações citadas chegar-se-á à conclusão de que a evolução começa com a sua base através do código genético dos seres vivos.

2.2. Do paleolítico ao neolítico

Além do ADN, da morfologia e da taxionomia é notório observar que (mais uma vez) a evolução do clima teve também os seus efeitos gigantescos para o que hoje conhecemos e definimos como sociedade. Entre 13000 anos a.C. e 9000 anos a.C. vivia-se a Era Mesolítica, que foi a era de transição entre o Paleolítico – onde vigorava a caça - e Mesolítico – onde vigorava a agricultura. Ao longo do período da pré-história houve algumas glaciações, entre elas a glaciação de Gunz, a de Mindel, a de Riss e a de Wurm, respetivamente. É certo que estes fenómenos alteram todas as dinâmicas da vida como as que se conheciam até então, pois as condições alteram-se substancialmente e com elas a vida de quem habitou o planeta nessa Era toma o seu lugar no percurso pelo qual as condições meteorológicas os levam, acabando por sofrer uma rápida e drástica transformação face ao que antes eram os padrões normalizados. O clima melhorou com o fim da glaciação de Wurm. “As renas emigraram para o Norte, cedendo o lugar aos cervos e aos cabritos-monteses” (Grimberg, 1940, p.23). Segundo Grimberg (1940) o Homem do Mesolítico vivia da caça, e para caçar eram necessários

utensílios para esse fim, dos quais se aproveitavam através de caçadas anteriores, retirando os ossos e os chifres e transformando esses utensílios em armas de caça. No entanto, já há milhares de anos a.C. o Homem vinha a descobrir “empiricamente algumas leis da mecânica – estas armas consistiam em pequenas azagaias, propulsores, arcos e flechas” (Klima, 1996, p.189). Em suma, os nossos antepassados especializaram-se de tal maneira que chegaram ao ponto de ter armas de caça, instrumentos para amansar a caça, furadores e serras (Klima, 1996).

Graças ao processo evolutivo no que toca à invenção e criação de ferramentas, ainda durante o Paleolítico, as grutas foram substituídas por tendas (nem que essas fossem construídas dentro de grutas). Segundo Klima (1996), essas eram preenchidas no topo com armação de madeira coberta com peles de animais; também se usava ossos, principalmente costelas de mamute e de armações de veados.

Há hábitos evolutivos que desaparecem, mas também há outros que se mantêm ao longo dos milhares de anos que passaram. Quando alguém morria “várias famílias agrupavam-se [...] à volta dos túmulos dos antepassados, o que faz supor uma certa organização social” (Grimberg, 1940, p.22). Grimberg (1940) ao fazer uso destas palavras passa a ideia ao seu leitor de que atualmente se poderá fazer uma analogia entre as sociedades do Mesolítico e da Era Moderna. Repare-se que existem grupos que vivem isolados da sociedade, que vivem nas suas próprias tribos, que praticam os seus rituais, que caçam, que pescam. Os sistemas de vida mais básicos e rudimentares da vida ainda se mantêm – apesar de a caça e pesca nos dias de hoje serem consideradas um desporto, na esmagadora maioria dos casos. Todavia, a evolução dá-se nesse mesmo sentido, em que a prática continua a existir, mas os moldes em que se faz é que são alterados. Vejamos ainda o exemplo da homenagem aos entes queridos. A prestação de uma homenagem a quem falece é um hábito que ainda vigora nos dias de hoje, tendo sido transformada e evoluída através dos tempos e de questões culturais: converteu-se ao que hoje chamamos de funeral.

Segundo Klima (1996) além de o Paleolítico ter sido o período mais longo da história social, também foi aquele que permitiu que os genes do *homo sapiens sapiens* tivesse alcançado o seu estado atual. Durante esse mesmo período a espécie humana criou o seu sistema económico e começou a criar produção através dos recursos disponíveis. “A economia das primeiras sociedades humanas baseava-se na caça e na recolção, sem predomínio de qualquer delas. [...] Decorria ainda a evolução natural e as formações sociais ainda não tinham estabilizado” (Klima, 1996, p.194)

2.2.1 - Mesolítico

Atravessado o período do Mesolítico vem uma grandíssima evolução no que toca ao aproveitamento dos recursos, ao aperfeiçoamento de técnicas e ao desenvolvimento tecnológico. Com o aumento substancial da população foi necessário haver mudanças de índole adaptativa: quer no que toca a recursos alimentares, quer no que toca ao aumento de espaços para se viver/dormir. Foi na era do Mesolítico em que a agricultura se assumiu como um vetor importante para alimentar os seres humanos; “de certa maneira o Homem forçado a tornar-se produtivo, a completar as colheitas e a caça por meio da cultura de plantas selecionadas e pela criação de animais domesticados.” (Grimberg, 1940, p.26). Portanto, à caça (já praticada) e às colheitas, juntou-se o desenvolvimento tecnológico, no sentido de fazer uma seleção pré-definida das plantas que se queriam cultivar, para atingir determinados fins. A este cultivo alou-se, essencialmente, a criação de gado.

2.2.2 Neolítico

O Homem começa a domesticar os animais aquando do surgimento da agricultura. Havia presas (Lafforgue, 1979) que os caçadores se recusavam a matar devido à sua tenra idade, e como já tinham parte do alimento assegurado através da agricultura, optaram por as manter em cativeiro, acabando assim por as domesticar, e posteriormente criar um ciclo reprodutivo que lhes permitia ter animais, ou para criar e matar quando atingissem a idade adulta, ou para fazer companhia. Tais espécies começam a ser melhoradas a pouco e pouco à medida que avançam as suas gerações.

O progresso na agricultura foi notável no que toca ao desenvolvimento, e à evolução destas sociedades do Neolítico. Os efeitos reproduzidos, ainda hoje estão em vigor: alguns deles sofreram melhorias, outros mantêm-se intactos. É certo que este progresso técnico foi construído com tempo, mas também foram notáveis os desenvolvimentos observados.

Além de os animais terem sido domesticados, tornando-se em “animais de companhia”, esses também ajudavam no trabalho agrícola através da sua força; no caso das vacas podia extrair-se leite, e noutros casos peles, lãs e ovos. As técnicas de trabalhar a própria terra evoluíram, a partir do momento em que o “homem descobre a necessidade de arrotear totalmente o solo e de revolver a terra [...] inventa sucessivamente a enxada de pedra e o arado de madeira” (Lafforgue, 1979, p.50)

Voltemos atrás, ao período do Cretáceo. Data há 65 milhões de anos que se deu a extinção em massa desta Era. A partir daí tudo mudou, nada ficou igual, e para nós – enquanto seres humanos – deu-se início a uma fase muito importante: o início dos mamíferos.

Patente e implementada há milhares de anos atrás, a comunicação existiu desde sempre em todos os parâmetros de vida. Desde o *homo habilis* até ao *homo sapiens* nota-se uma evolução substancial nas dinâmicas de comunicação, e de desenvolvimento técnico. O Homem converte-se ao comodismo, ao sedentarismo. As casas passam a ser feitas em pedra, madeira e argila (Lafforgue, 1979). A técnica de produção de argila foi melhorada e o tijolo também aparece. As peles – usadas como peça de vestuário - deixaram de ter lugar, passando a ser substituídas por “tecidos de origem vegetal ou animal (linho, cânhamo, algodão, rami, seda, lã de carneiro, de cabra ou de camelo).” (Lafforgue, 1979, p.51). A metalúrgica também se tornou numa arte, pois o Homem “não se limitou a martelar os pedaços de cobre bruto; aprendeu a fundi-los para os moldar, depois a tirar o metal do minério.” (Lafforgue, 1979, p.51).

Repare-se que na Era do Neolítico já existe uma enorme especialização e aperfeiçoamento das técnicas face ao Paleolítico. O desenvolvimento, as formas de trabalhar, as formas de comunicar, as formas de observar e melhorar, em muito contribuíram para este enorme desenvolvimento evolutivo no panorama das mudanças de rotinas de vidas.

Começaram-se a formar aldeias, em que cada trabalhador se dedicava a “um ofício e que está na origem das classes sociais.” (Lafforgue, 1979, p.51). A comunicação aumenta ainda mais neste sentido quando (Lafforgue, 1979) existe um chefe ou um conselho de anciãos para fazer a gestão da própria aldeia. Todos os habitantes ficam automaticamente interdependentes uns dos outros, pois a partir do momento em que cada um se dedica única e exclusivamente a um ofício a interdependência automaticamente surge, porque é impossível conseguir fazer toda a produção como se fizera em Eras anteriores. A maneira de se viver alterou-se, e com tal alteração vêm outras vicissitudes e valências.

A propriedade privada começa a assumir com maior ênfase o seu papel e lugar no Neolítico. É certo que “os campos são redistribuídos periodicamente, mas, sem falar dos animais domésticos, as casas individuais com o seu silo, os sinetes que servem para marcar os objetos pessoais, mostram a importância da propriedade privada.” (Lafforgue, 1979, p.51). O processo evolutivo e comunicativo não se estanca por aqui. Se a agricultura tomou um lugar importante nesta Nova Era, por tudo o que acrescenta e condições que transpõe, permite que se abandone a caça massiva, que tão necessária

era, e que se use outros mecanismos para alimentar a população. (Lafforgue, 1797) Com a domesticação dos animais começou a haver quem se dedicasse ao setor da criação de gado, e isso trazia algumas contrapartidas, que funcionava à troca de produtos agrícolas por excedente de gado. Assim começou a existir uma “moeda” de troca por determinados produtos.

2.3. Aspetos da Evolução da Sociedade do Passado

Aquando do Neolítico, as ferramentas haviam tomado a sua evolução, tendo este material sofrido várias melhorias e aplicações constantes, pelo que, no processo evolutivo, dá-se a entrada da metafísica aquando desta era; no fundo os contornos da vida social começavam a ganhar novas linhas e novas práticas. A vida intelectual e espiritual começa a ganhar o seu lugar, tendo grande relevância para essa conquista a “criação de uma linguagem articulada, a acrescer aos outros meios de comunicação” (Klima, 1996, p.193).

Houve, no entanto, um processo, um desenvolvimento, uma conquista muito grande nesta altura: a criação da linguagem. Através da criação desta entende-se que foi tudo mais fácil no que toca aos processos comunicativos – se já antes de existir a linguagem os processos comunicativos existiam, após a sua criação tudo ficou muito mais facilitado - pois já era possível (Klima, 1996) trocar-se experiências, informações, organizarem-se atividades de qualquer tipo de índole e acima de tudo: passar a mensagem ao próximo com maior rigor, nitidez e clareza.

Segundo Klima (1996), a economia das primeiras sociedades humanas baseava-se na caça e na recolção. Neste tipo de economia as relações sociais ainda não se tinham restabelecido e as pressões externas do meio ambiente também tornam complicado e desafiante até, imaginar, nos tempos atuais como seriam esses modos de vida. Havia algumas diferenças de grupo para grupo, que eram vistas como “diminutas” (Klima, 1996, p.194), mas “tiveram grande importância na evolução futura.” (Klima, 1996, p.193). Ainda segundo Klima (1996), o alastramento da espécie humana por todo o Mundo e as novas condições climáticas e zonas do Pós-Glacial incentivaram o esforço de adaptação de numerosos grupos populacionais, provocando maiores diferenciações físicas, económicas e culturais. É nestas bases que assenta a toda a evolução futura.

A pré-história tem pontos fulcrais para fazer uma abordagem mais completa acerca da temática escolhida para esta dissertação. A evolução que se observou aquando desse espaçamento de tempo – dentro de várias Eras que, entretanto, passaram – foi fundamental para hoje a vida em

sociedade ser como a que conhecemos. Os desenvolvimentos e aperfeiçoamentos foram aquisições de extrema importância para que nos tempos atuais se esteja num ponto evolutivo muito alto face ao que se estaria, no caso de a evolução aquando dos períodos da pré-história ficassem estancados.

3. Tecnologia: uma ligação interpessoal para a comunicação

Desde os primórdios da sua existência que o ser humano abre fronteiras e vai mais além na descoberta do mundo, no desafio às suas limitações, na invenção de novos utensílios; no fundo, ter uma vida mais estável e confortável, onde o conhecimento possa assegurar-se como base primordial para a sustentabilidade dessa estabilidade – esta ideia parte do século das Luzes, onde o conhecimento é fonte de progresso e inovação.

Houve grandes transformações no progresso do sistema capitalista, sendo que essas

“não debilitaram a essência do modo de produção capitalista, na verdade, reforçaram-na, uma vez que se acentuou sua característica mundial. Nisto consiste, precisamente, o processo de globalização, nome novo para o antigo processo de internacionalização ou de criação do mercado mundial nascido com o próprio capitalismo.” (Gorender, 1997, p.311).

A globalização veio, ainda de uma forma mais ampla, agressiva e competitiva dar aso aos mercados e à sua expansão, virando-os ainda mais para o sistema arrojado que outrora foi embutido pelo capital, estando a par deste processo ainda mais forte gerando cada vez mais capital.

Dentro dos cenários dos mercados no panorama mundial é de notória observação que as empresas multinacionais conseguem com grande agilidade ultrapassar as empresas que ficam denominadas e presas (quer por opção ou não) no panorama nacional. Devido a este controlo do mercado por parte das empresas multinacionais (Gorender, 1997) as leis do modelo de produção do capitalismo são impostas por as grandes forças dentro deste sistema, o que leva a uma maior mercantilização das relações económicas e sociais.

3.1. O Fordismo

O Fordismo foi um fenómeno que ajudou a projetar com grande força a globalização, pois acabou por ter impacto direto no desenvolvimento do capitalismo. “O início do ciclo de produção capitalista caracterizou-se fundamentalmente pela separação do trabalhador dos meios de produção. Mas foi o surgimento das grandes fábricas e das linhas contínuas que aceleraram as mudanças, alterando radicalmente os sistemas organizacionais.” (Wood, 1992, p.9). Com a mudança dos sistemas organizacionais foi dado o arranque à transformação do capitalismo. “No final do século XIX a indústria estava a atingir um patamar tecnológico e económico, quando Henry Ford introduziu os seus conceitos de produção, conseguindo com isto reduzir dramaticamente custos e melhorar

substancialmente a qualidade. O conceito-chave da produção em massa não é a ideia de linha contínua, como muitos pensam, mas a completa e consistente intercambiabilidade de partes, e a simplicidade de montagem. Antes da introdução da linha contínua, Ford já tinha reduzido o ciclo de tarefa de 514 para 2 minutos; a linha contínua diminuiu este número à metade.” (Wood, 1997, p.9). O que Ford fez foi notável, levando a uma exigência de requinte nos processos de produção dos seus materiais, a diminuição de tempo foi um absurdo face ao que se conhecia no passado, o que permitiu aumentar a produtividade e por consequência maximizar os lucros.

3.2. O Taylorismo

Não seria possível verificar a existência do Fordismo, se não fosse o engenheiro Frederick Taylor – o pai do Taylorismo. Este sistema de organização de trabalho veio graças à sua observação em fábricas, onde verificou o que poderia melhorar os processos de produção para a maximizar. Taylor testou métodos científicos na produção industrial, tendo em conta ganhar robustez na produção fabril. Os trabalhadores também foram escolhidos e selecionados tendo em conta as suas características, pois é um fator determinante na maximização produtiva e rentabilidade no trabalho. Contudo um dos pontos mais notáveis foi a eliminação dos tempos mortos de trabalho, que eram causados por três pontos:

“primeiro, o erro disseminado entre os trabalhadores de que o maior rendimento do homem e da máquina terá como resultado o desemprego de grande número de operários; segundo, o sistema defeituoso da administração e, terceiro, os métodos empíricos que fazem os operários desperdiçarem grande parte de seu tempo.” (Ribeiro, 2015, p.67).

Além da quebra dos tempos mortos Taylor também implementou a supervisão do trabalho (Ribeiro, 2015) através de um esquema hierárquico onde existe um supervisor, com o fim de calcular e planejar o tempo de trabalho e também expropriar o trabalhador, porque essa expropriação permitirá um maior controlo do trabalho por parte dos quadros administrativos das empresas.

“As inovações de Ford visaram ao mesmo objetivo da chamada organização científica do trabalho sistematizada por Frederick Taylor, ou seja, a eliminação dos tempos mortos no processo de trabalho a fim de alcançar grande volume de produção a custos baixos.” (Gorender, 1997, p.312). O Fordismo teve o seu ascendente e posteriormente a sua queda, pois seguidamente vieram outros

processos de produção que visaram a evoluir o processo tecnológico, no entanto, este foi o pioneiro para a construção de um novo modelo capitalista.

Certamente que sem Taylorismo o Fordismo não teria aparecido, contudo o grande *boom* tecnológico no sistema de produção, na componente técnica, foi quando Ford introduz a máquina rolante. Esta permitia (Ribeiro, 2015) que o trabalho chegasse aos trabalhadores numa posição fixa, o que naturalmente maximiza o tempo útil de trabalho e aumenta a produção. Graças à simples máquina rolante Ford não só mexeu na produção e organização do trabalho, como mudou os mecanismos de produção no mundo, devido ao facto de outras empresas seguirem o seu exemplo no que toca ao modelo de produção.

Além da máquina rolante permitir a maximização da produção, deu algo a Ford que ele procurava: o controlo do ritmo de trabalho de forma organizada. Além de uma maior rotação de horários a nível fabril na empresa de Ford “muitos trabalhadores, inicialmente, não aceitaram essa forma de controle e gerência do trabalho. Foi, então, necessário implementar medidas para conquistar a adesão da classe trabalhadora e uma das medidas principais, implementadas por Ford, foi a elevação dos salários (Ribeiro, 2015, p.69).

3.3. O Toyotismo e o Volvismo

Naturalmente com o passar dos anos e desenvolvimento da sociedade foram entrando outros modelos de produção, que substituíram os criados por Taylor e Ford. O Toyotismo apareceu no Japão e depois desse aparece o Volvismo, na Suécia. Toyota era um jovem engenheiro Wood (1992) que foi passar três meses a Detroit, à fábrica da Ford. Num processo de observação durante esse tempo Toyota chega à conclusão de que o modelo de produção em massa usado por Ford poderá não resultar no Japão – desta reflexão nasce a Produção Flexível.

“Trabalhando na reformulação da linha de produção [...], Toyota e Ohno desenvolveram uma série de inovações técnicas que possibilitavam uma dramática redução no tempo necessário para alteração dos equipamentos de moldagem. Assim, modificações nas características dos produtos tornaram-se mais simples e rápidas. Isso levou a uma inesperada descoberta: tornou-se mais barato fabricar pequenos lotes de peças estampadas, diferentes entre si, que enormes lotes homogéneos.” (Wood, 1992, p.13).

A produção de material estampado, podendo ser homologado mediante as necessidades, permitiu, a poupança de uma alteração inteira da linha, que leva a uma personalização imediata do

produto, quase livre de custos. O desenvolvimento tecnológico e capital também se dá no sentido em que a empresa faz produtos cada vez mais específicos, tendo em conta a necessidade de cada cliente, o que os torna praticamente exclusivos.

3.4. Produção Flexível

Uma grande vantagem do modelo de Produção Flexível foi “a possibilidade quase instantânea de observação dos problemas de qualidade, que podiam ser rapidamente eliminados” (Wood, 1992, p.13). Ao ter esta facilidade o modelo de Toyota criou uma resolução praticamente instantânea na produção, o que permite ter vantagens substanciais na qualidade de produto e no tempo de análise *a posteriori*. A Produção Flexível permitiu a não acumulação de *stock* na fábrica, portanto só sai o material estritamente necessário para satisfazer as encomendas. Após a segunda guerra mundial a Toyota viu-se obrigada a despedir parte dos seus trabalhadores (Wood, 1992) levando à construção de um novo modelo de relação trabalho – capital, tendo como elementos característicos a oferta de um emprego vitalício e promoções dentro da hierarquia da empresa, tendo em conta o critério da antiguidade. Além dos incentivos para evitar o colapso da fábrica surgiu também a autorização por parte dos quadros superiores para que quando um operário detetasse algum problema na linha podia-a parar. É certo que nos primeiros tempos de deteção de problemas e respetiva paragem da linha havia uma grande frequência, porém, com o passar do tempo “os problemas foram sendo corrigidos e não só a quantidade de defeitos caiu, como a qualidade geral dos produtos melhorou significativamente.” (Wood, 1992, p.13)

Posteriormente surgiu um outro modelo produtivo, na Suécia. No final dos anos 70 havia um desemprego muito baixo na Suécia, o que permitiu ao Estado sueco ter mais margem de manobra para poder subsidiar os desempregados; como repercussão os jovens não queriam trabalhar em fábricas, visto que as condições de vida que o governo oferecia (a quem não tinha emprego) seriam bastante razoáveis. Quando Emti Chavanmco sugeriu a criação do sistema *volvista* deparou-se com um problema resultante da situação social na Suécia: falta de mão de obra.

3.5. Volvismo: uma revolução moderna no desenvolvimento tecnológico

A Volvo adequou a sua estratégia (Wood, 1992) fabril de produção a dois fatores fundamentais: a internacionalização da produção e a democratização da vida no trabalho. As condições oferecidas aos trabalhadores serviram de mote para Chavanmco conseguir vingar com o seu modelo de produção

(Wood, 1992, p.16) tornou as condições de trabalho mais aliciantes através de baixar o nível de ruído da fábrica, de utilizar o estudo da ergonomia e permitir que ar seja respirável.

Graças ao desenvolvimento tecnológico que se verificou desde o Taylorismo até ao Volvismo houve a facilidade de repensar num modelo mais eficiente, embora que com a alavanca da boa situação social e económica sueca fosse possível a Chavanmco construir o seu modelo e usar a tecnologia como um grande aliado do mesmo. Chavanmco queria trabalhadores qualificados e isso notou-se da forma como estruturou o seu modelo através da “centralização e automação do sistema de manuseio de materiais, com a utilização de mão-de-obra altamente especializada num sistema totalmente informatizado e de tecnologia flexível.” (Wood, 1992, p.17). Todos os funcionários são treinados para conseguirem construir um carro em pequenos grupos de trabalho, como refere Wood “a organização do trabalho é baseada em grupos. Os operários foram transformados de montadores de partes em construtores de veículos. Assim, cada grupo consegue montar um carro completo [...]” (Wood, 1992, p.17).

Com o aumento da produção a nível mundial começou a haver competição no que toca à produção e variedade de modelos que vão surgindo, o que leva a uma enorme pressão da mão-de-obra.

“Em cada uma das seis oficinas de montagem trabalham 80 a 100 operários divididos em grupos de oito a dez, sob a supervisão de um único gerente. Cada grupo tem todos os elementos para montar três veículos simultaneamente. As tarefas são distribuídas de acordo com as competências, que são constantemente aperfeiçoadas. O planeamento dos recursos humanos é parte integral da estratégia de produção” (Wood, 1992, p.17).

Estes grupos auto se geriam e isso tornou-os mais felizes, além das condições de trabalho que lhes eram oferecidas onde “cada grupo de trabalho possui salas espaçosas equipadas com cozinha, banheiro, chuveiros e até um computador. A planta é iluminada com luz natural e os ambientes são extremamente limpos.” (Wood, 1992, p.18).

O Volvismo é um sistema de produção e trabalho virado para a modernidade, sendo considerado por muitos o mais eficaz até então. Fundamentalmente “a intenção foi tentar encontrar uma linha evolutiva que cruzasse os três "ismos" - Fordismo, Toyotismo e Volvismo - e fornecesse uma visão do processo de transformação da indústria neste século, apontando para a organização do futuro.” (Wood, 1992, p.18). Na atualidade o modelo de desenvolvimento das grandes multinacionais é

inspirado no sistema *volvista*, e como exemplos temos a *Apple* e a *Google*. A Volvo conseguiu, então, que o “trabalhador reflexivo mais do que o resultado de um projeto voltado às necessidades humanas representou a validação de que foi positivo os projetos de produção sociotécnica e que a fábrica do futuro pode existir e que para isso são necessárias novas experiências que otimizem e conciliem produtividade/flexibilidade com vistas à satisfação do trabalho humano.” (Oliveira, 2009, p.12).

4. À descoberta do mundo

4.1. As Naus

A globalização foi um ponto de viragem no que diz respeito a conotações que se atribuíam a variados conceitos chave para a compreensão da história e da evolução das civilizações, aos quais estas davam um significado particular – por vezes quase-sagrado se pensarmos por exemplo no conceito de “nação” tal como foi desenvolvido por Benedict Anderson – e que hoje mudaram. A verdade é uma: a história da globalização começou desde cedo. Teremos de retornar no tempo aos primórdios dos Descobrimentos – por outras palavras diz-se “recuar até ao século XV”.

É certo que um conceito tão abrangente como o de “Globalização” se foi desenvolvendo e alterando os seus significados ao longo dos séculos, homologando-se sempre ao momento presente que se vive na história das sociedades do planeta. Se no século XV a globalização tomava o mastro das naus que com corajosos marinheiros usaram para partir à descoberta do desconhecido, na atualidade a globalização faz-se, em parte “graças ao desenvolvimento de aviões a jato, de velozes navios cargueiros de grande dimensão, e de outros meios de transporte de grande velocidade, pessoas e bens podem hoje ser transportados de forma contínua através do mundo inteiro” (Giddens, 2001, p.51), ou pela internet, caso pensemos na difusão de informação, de cultura, no fácil acesso à comunicação com outros países, outros ideais e fontes de conhecimento.

4.2. O Globo e as Telecomunicações: o caminho para a *internet*

“Quaisquer que sejam as modalidades, os níveis ou os meios de comunicação, o seu quadro essencial é sempre o da relação humana, ou seja, a vida das pessoas e das instituições depende da comunicação” (Silva, 1999, p.2). A forma de comunicar ganhou uma preponderância acrescida aquando do surgimento do fax, e-mail, e posteriormente, redes sociais. Os mecanismos que eram usados no passado foram substituídos por formas mais rápidas e convencionais, que deram origem a uma dilatação e a um aumento da complexidade, que acabou por culminar num processo de globalização. Houve essencialmente um fator que contribuiu para o mecanismo de dilatação das redes sociais: “este mecanismo de dilatação das redes foi possível graças aos desenvolvimentos tecnológicos que fizeram convergir as tecnologias da informática e das telecomunicações” (Silva, 1999, p.2).

Atualmente vivemos de mãos dadas entre todos, pois cada vez mais o planeta é olhado de um âmbito geral como sendo uma comunidade em que todos pagam consequências por ações de outros. Prova disso é que tudo se globalizou:

“globalizaram-se as economias, globalizam-se as políticas (ecológicas e outras), globalizam-se as bases de informação, globalizam-se os processos de comunicação. Neste processo de globalização encontramos duas faces, a face tecnológica onde facilmente se encontram os computadores e as telecomunicações [...] como elementos promotores do processo e que se promovem e desenvolvem impulsionadas pelo próprio processo, por outro lado, existe a necessidade de olhar para a face humana, ou seja, que tipo de sujeito a globalização está a desenhar.” (Silva, 1999, p.3).

Com a globalização há o outro lado da moeda, conforme demonstra a citação da frase anterior. O modelo capitalista – potenciado pela globalização – alimenta desigualdades em proporção subjacente à escala do processo de globalização, portanto há aqui uma enorme proporção a ter em conta, no que toca às desigualdades sociais que a globalização cria.

“O capital - tanto o monetário quanto produtivo - se desloca cada vez mais rapidamente de uns países para outros, mas também a força de trabalho se encontra em permanente mobilidade. As pessoas adquirem as mesmas marcas de produtos em diferentes países, num processo mundial crescente de consumo padronizado.” (Miglioli, 1996, p.1)

Repare-se que se o desenvolvimento tecnológico não crescesse rápido e em força a globalização também não escalaria na mesma proporção.

A criação e desenvolvimento de novas tecnologias está a mudar a forma da como o Homem contemporâneo se relaciona entre os seus pares. O impacto que trouxe a facilidade de andar de avião, o surgimento do fax, do telefone, e da *internet* deu origem a debates e teorias, com o fim de fazer uma análise acerca da transformação que por estas inovações foi levada a cabo. O certo é que as tecnologias assumem cada vez um papel mais central e até fulcral, pois estas “vêm ganhando espaço nos aspetos socioeconómicos e culturais, assumindo cada vez mais sua presença no quotidiano das pessoas e das empresas.” (Vidotti, 2001, p.16) permitindo que a burocratização aumente através de *softwares* que foram desenhados para esse fim.

Por vezes os desenvolvimentos globais da tecnologia não são assertivos nem consensuais quando se trata de opinar, debater e procurar soluções para minimizar os males e maximizar os bens que daí se podem retirar, neste sentido,

“procurou-se privilegiar a discussão envolvendo a sociedade e a realidade virtual, uma vez que esta última se instrumentaliza com a produção de novas tecnologias, além do que, tem sido considerada como uma espécie de mundo alternativo, uma ampliação da realidade, que relativiza-a abrindo novas possibilidades, diferentes do que já experimentamos e conseqüentemente desenvolvendo-se entre si e com a própria sociedade” (Santos *apud* Oliveira, 2003, p.6).

4.3. O lado negro online da globalização

O processo de globalização foi determinante para a sociedade se evoluir. Através dele surgiram inúmeros benefícios, que se nos dias de hoje não existissem, a sociedade teria outros contornos – desconhecidos pela mesma na atualidade.

O lado do capitalismo neste processo tem um lugar central e bem preponderante, tem um influência e relevo extremo, o que, não obstante é importante de fazer a referência de que “a globalização é capitalismo – e frequentemente um capitalismo com uma forma de atuação brutal, ou não estivesse o capital novamente senhor do mundo, sem a necessidade de compromissos que a existência do socialismo lhe impunha” (Pimenta, 2007: 852). A liberalização do mercado facilitou o processo de globalizar, de estimular e aumentar o capital, pois o próprio conceito de “mercado” foi alterado, sendo que atualmente

“os sectores estratégicos da acumulação de capital são diferentes, os “monopólios” têm constituição, formas de organização e funcionamento adaptadas às tecnologias e mercados atuais, as bases nacionais ampliam-se em comunidades económicas, as “exportações” de capitais têm uma dimensão geográfica menos precisa, outros aspetos do funcionamento da economia, como a informação e o conhecimento, assumem outra importância.” (Pimenta, 2007: 8).

Passados anos de luta entre o braço de ferro com o socialismo, já desde alguns anos que o capitalismo ganhou a força política e económica, onde acabou personificado através das políticas liberais, que ganhou extrema força através do processo de globalização. Evidentemente que cada ideologia política e social tem os seus prós e contras, no entanto é inegável que a globalização do capitalismo veio acentuar desigualdades sociais, tendo inclusive um papel relevante para o enfraquecimento da classe média.

5. A Rede que nos une

Atualmente as dinâmicas globais são controladas pelos sistemas informáticos, existindo vários fatores que determinam a sua utilização: desde a burocracia, à organização de meta-dados em *softwares*, desde o *mail* à *internet*. A informática chegou, e veio para ficar. Esta desenvolve-se a par com a tecnologia, o que a torna numa ferramenta extremamente poderosa, sendo que quase toda a população, a nível global, tem acesso a este utensílio podendo explorá-lo da maneira que quiser. O papel do “informacionalismo e da sociedade em rede como catalisadores de uma mudança fundamentalmente determinada pela tecnologia, alegam que o processo de globalização alargou o debate nacional para o debate global, promovendo o surgimento de uma sociedade civil transnacional e de formas *ad hoc* de governança global.” (Quintanilha, 2018, p.269) – assim, vemos que o político passa da polis ao país, do país às regiões que se formam a nível internacional, como os países que formam a União Europeia, a ASEAN, a MERCOSUL, entre outros exemplos, até se chegar à política internacional, onde vemos imensas organizações internacionais que se começaram a propagar e institucionalizar no início do século XX, como a Sociedade das Nações, que dá lugar às Nações Unidas e que demonstra a crescente interdependência entre as várias sociedades.

Todos os indivíduos estão sujeitos a seguir determinadas normas de modo a viver em sociedade, sejam elas Ocidentais e desenvolvidas, sejam numa tribo no meio da Amazónia. “O papel social, definido como modelo ou «normas» de comportamento ligados a determinado status ou posição na estrutura social” (Burke, 1980, p.46) definem o comportamento que cada um deve ter mediante o meio onde se insere. A história dos povos altera-se ao longo dos tempos e com ela o papel social na sociedade, por isso “haverá que acrescentar que um dado grupo social pode desempenhar papéis diferentes em períodos diferentes, e que num dado momento os seus membros podem ter que escolher papéis” (Burke, 1980, p.49) que poderão ficar sujeitos a mudanças de comportamento dentro de um determinado grupo. De modo às vivências em sociedade serem equilibradas com as normas a serem adotadas, o ser humano necessita de possuir a sua componente de racional: “os homens não fazem a sua História, só podem agir (...) estão abertas para o futuro” (Dupuy, 1992, p.129). É neste futuro que os comportamentos e formas de estar se vão alterando na génese da sociedade, o que torna a perceção da racionalidade ainda mais importante de se estabelecer.

5.1. Maffesoli na perspectiva das “tribos”

Ao longo da sua vida e obra, Maffesoli procurou retratar um cosmos de pluralidade e movimento, no qual tribos e pequenos grupos se formam e se desfazem muito rapidamente. Teórico da pós-modernidade, encabeça o estudo de pequenas culturas, subculturas e contraculturas; temas que retrata – através das suas obras - as camadas pós-modernas. Na perspectiva de Maffesoli (1998) atualmente não existe estabilidade na sociedade para criar vínculos de relacionamento profundos e sólidos, pois tudo está em rápida transformação e movimento, o que face ao século passado altera, e muito, as dinâmicas sociais do quotidiano.

Deve-se reforçar que a ideia retida no parágrafo anterior, desenvolvida por Maffesoli data de 1998. Passados 22 anos de história, todo o seu trabalho desenvolvido mantém-se atual. Tudo se transformou desde aí, e continua a não existir estabilidade social que permita ter tempo para criar e estabelecer vínculos em diversas áreas da humanidade. Nestas transformações é visível que o ser Humano se adaptou com relativa facilidade, pois de outra forma não seria possível viver em sociedade, tendo em conta os mecanismos que provêm dos alto desenvolvimentos tecnológicos. Rapidamente se muda de hábitos, compra um bilhete para qualquer viagem, cria-se projetos, desfazem-se esses mesmos projetos por questões subjacentes à versatilidade da velocidade com que as dinâmicas de vida se alteram.

Ao longo da sua obra: *O Tempo das Tribos*, Maffesoli explica que, o que o próprio apelida de “tribos”, é nada mais nada menos do que uma metáfora que transparece o processo de cada um valorizar o seu papel a desempenhar dentro de um determinado grupo, subgrupo ou movimento de contracultura. A criação das chamadas “tribos” é feita devido ao sentimento de pertença e à emoção coletiva que leva as pessoas a aderir aos movimentos que vão ao encontro dos ideais da “tribo” onde está inserida, são as emoções e os interesses em comum que levam à formação e pertença nestas “tribos”, pois o ser humano procura a companhia e vivência daqueles que pensam e sentem de forma semelhante ao próprio.

O autor enfatiza o “tribalismo” não numa perspectiva antropológica, mas como um fruto (Maffesoli, 1998) gerado dentro das comunidades nas quais estamos inseridos, pois aquilo que pensamos serem as nossas opiniões e ideias, são na verdade produto direto da influência de pensamento e vivências que as “tribos” têm e passam a quem a elas pertence. À volta disto cria-se

uma bola de neve que se vai cimentando com ideias, vai ficando cada vez mais poderosa até que se torna na parte central de qualquer “tribo”.

Alguns exemplos desse sentimento de pertença são os cortes de cabelo, a linguagem gestual, as roupas que se utilizam no dia a dia, o tipo de música que se ouve, o tipo de filmes que se consome. O movimento *Punk* é um bom exemplo para personificar este conceito de “tribo”. Paula Abreu é uma socióloga portuguesa que dedica aos movimentos culturais, especificando a componente musical, o seu trabalho ao longo dos últimos anos. Dedicou parte do seu trabalho a estudar movimentos *Punk* em Portugal alegando que estes são “a afirmação do ser diferente, do rebelde face ao sistema, face aos pais e à sociedade, e isso é uma atitude e, sobretudo, uma forma de estar para muitas pessoas que, apesar de já não se vestirem da mesma maneira, continuam metidas nos princípios do movimento, através do seu empreendedorismo, forma de estar na vida e atitudes” (Abreu, 2013). Mais uma vez, é reforçada a ideia de que são os ideais e sentimentos de pertença a um determinado conceito que fazem as “tribos” existirem.

Este conceito, de “tribalismo”, é pelo mesmo autor considerado como uma obra de arte coletiva que requer contacto permanente. (Maffesoli, 1998) A diversidade que compõe a obra de arte é um multiculturalismo; ora considerar este conjunto de pertenças como tal é voltar a salientar a importância que a globalização teve em todos os processos sociais do quotidiano; “as nossas vidas viram-se inevitavelmente alteradas por ação das forças globalizantes que entram em nossas casas, comunidades ou contextos locais através de meios pessoais – como os media, a *internet* ou a cultura popular – ou através do contacto pessoal com indivíduos de outros países e culturas.” (Giddens, 2001, p.61)

No último capítulo da sua obra: *O Tempo das Tribos*, Maffesoli enfatiza o lugar do povo como sendo (Maffesoli, 1998) alguém que vive num local onde se deve abstrair o menos possível do seu meio, para que desta forma perceba o simbolismo da sua existência. Com isto, o autor dá o exemplo da televisão e da publicidade onde as caracteriza como sendo direcionadas para públicos específicos, com linguagens e símbolos próprios, que permitem a esse público desenvolver o sentimento de familiaridade para com essas publicidades. É assim que é feita a comunicação, e assim nascem as “tribos” na conceção *maffesoliana*. A pertença às “tribos” advém da criação de um determinado simbolismo no qual “A produção e a difusão de bens simbólicos – que envolvem, nomeadamente, a

codificação e a fixação dos bens simbólicos como informação, que é armazenada, distribuída e decodificada pelos potenciais destinatários.” (Serra, 2007, p.143)

Na perspectiva de Maffesoli o indivíduo dá uma maior valorização ao espaço em que está inserido, isto se o termo de comparação for o corpo ou a imagem. O espaço de que fala Maffesoli é datado como uma característica simbólica, de pertença e de costumes, e não um espaço propriamente físico. Quando Maffesoli retrata o sentimento de pertença, conjuga-o com o desenvolvimento tecnológico, fazendo a ligação ao conceito de “aldeia global”.

5.2. As “tribos” no contexto moderno

Com o desenvolvimento da *internet* e a respetiva chegada da mesma a um grande número da população facilmente se entende que a proximidade entre todos se tornou muito mais acessível e constante. Devido à intercomunicação entre as pessoas e a facilidade com que a elas se chega, estamos literalmente à distância de um clique para descobrir, interagir; fazermos o que quisermos. Um exemplo disso, é que se pode pertencer a uma determinada “tribo” mesmo que nunca tenhamos visto as pessoas que também pertencem a ela, pois a comunicação é feita através da base virtual, única e exclusivamente em grande parte dos casos.

Com o acesso às tecnologias e respetivas “aldeias globais” torna-se muito mais fácil estarmos todos próximos uns dos outros. A parte positiva, que Maffesoli destaca, é que se pode pertencer a várias tribos: podemos ser músicos, cineastas, médicos, estudantes ou advogados; o facto de estarmos inseridos numa das tribos em nada invalida que não possamos pertencer a outras. A velocidade de transição de informação é hoje tão rápida que se torna impossível mantermo-nos singelos apenas e só a um determinado parâmetro de vida em sociedade, e segundo Maffesoli é essa velocidade de passagem de informação que nos torna tão versáteis, estando dentro de várias “tribos” ao mesmo tempo.

Na sua obra: *O Instante Eterno*, Maffesoli traça o retorno do destino, exprimindo-o de no presente. Até então a ideologia do progresso era centrada no indivíduo, algo que se deixa de ver, que como efeito acaba por ser substituída por rituais de prazer e lazer. Para Maffesoli o indivíduo não é como foi na modernidade “unicamente regido pela razão, mas é movido, igualmente, pelos sentimentos, pelos afetos, pelos humores, tudo dimensões não racionais do dado mudando” (Maffesoli, 2001, p.30). O autor expressa que as sociedades pós-modernas, cuja “modernização

incorpora duas tradições que, em certa medida, reforçam-se reciprocamente: a corrente “emancipatória” e a corrente “tecnológica” (Shinn, 2008, p.46) procuram a sua felicidade guiada pelas emoções, passando pela “negação do fundamento filosófico do Ocidente moderno: o livre arbítrio, a decisão do indivíduo ou dos grupos sociais agindo em comum para fazer a História.” (Maffesoli, 2001, p. 31)

6. Modernidade e adaptação

Anteriormente foi descrito o quão rápido a informação nos dias de hoje circula, e como é evidente, será impossível retratar esta questão sem falar de Zygmunt Bauman. Bauman é o pai da teoria da “modernidade líquida”, que é descrita pelo próprio como sendo uma metáfora entre os seres humanos e a água; tal como a água que se homologa e adequa a qualquer espaço, desde garrafas, a piscinas e até ao mar ou ao chão, o ser humano da modernidade também tem de se adequar e adaptar às transformações que surgem no meio que o envolve. Bauman (2001) afirma que os tempos em que se vive na atualidade são líquidos, e que nada é feito para durar, e que a partir do momento que assim é tem de haver uma constante mudança também no indivíduo para poder sobreviver à transformação. Bauman relata um exemplo interessante acerca da temática da modernidade líquida na sua obra, este considera que “o capital pode viajar rápido, e a sua mobilidade torna-o na fonte mais importante de incerteza para todo o resto. Essa é hoje a principal base da dominação e o principal fator das divisões sociais” (Bauman, 2001, p.109)

Da obra “Modernidade Líquida” há três principais ilações a serem retiradas: a primeira é de que na modernidade líquida o ser humano é caracterizado pelos seus consumos e escolhas; pelo estilo de vida e personalidade na qual se forma.

A segunda ilação que deve ser tirada é o facto de o indivíduo estar em constante movimento. Com o *boom* da *internet* e consecutivamente dos mecanismos comunicativos torna-se mais fácil aceder ao que se quer. A tecnologia permitiu, e continua a permitir, uma transformação a velocidades sem precedentes “que dão um contributo para o crescimento económico e para a qualificação dos indivíduos (...) no entanto, a rapidez da comunicação em larga escala criou uma oferta de informação que se reproduz a um ritmo difícil de absorver” (Neto, 2006, p.16). Essa transformação permite a uma maior facilidade de aquisição de recursos que permita viver em várias partes do mundo, dada a facilidade de movimentação face a anos anteriores.

Por último a terceira ilação caracteriza-se pela componente económica. Repare-se que aquando dos tempos de “modernidade sólida” as instituições representavam uma solidez e uma consistência a nível de estabilidade que hoje não é possível de se encontrar, devido a todas as transformações subjacentes à sociedade líquida. Bauman afirma que “algumas pessoas viam o bem-estar social como uma medida temporária” (Bauman, 2000, p.145)

Além de ter desenvolvido o conceito de “modernidade líquida” na sua obra, Bauman pegou no exemplo contrário, que apelidou de “modernidade sólida”. Caracteriza-a como sendo um conjunto de ideias, estruturas e conceitos demasiado rígidos e inflexíveis.

A *internet* é fruto – numa sociedade inserida no contexto pós-moderno – de toda a velocidade de transferência e passagem de informação. A propósito desta velocidade e troca informativa e da socialização via online, (Santos, 2012) considera que os laços de relacionamento se dão em rede, mas exclui a hipótese de se darem em comunidade; dessa forma os relacionamentos estabelecidos entre pessoas passam a ser chamados de conexões, as quais podem ser feitas, desfeitas e voltar a ser refeitas. Esta reflexão de Santos, sobre Bauman vai ao encontro da de Maffesoli em que ambos chegam à conclusão de que as pessoas se conectam e desconectam em conformidade com a sua vontade, o que faz com que haja uma grande dificuldade em estabelecer vínculos afetivos entre ambas durante longos períodos de tempo. Apesar dos teóricos mencionados anteriormente partilharem da mesma opinião em relação à efemeridade dos vínculos nas redes sociais, Bauman enfatiza a parte de ser fácil criar vínculos, mas salienta que esses não correspondem a um diálogo real, e como tal é fácil as pessoas se fecharem em círculos de pessoas que pensem e ajam da mesma maneira, o que leva a concluir que Bauman sem apelidar esta conclusão, encontra o conceito de “tribo” desenvolvido na obra de Maffesoli.

Polanyi foi dos principais autores da modernidade. Era conhecido por ser um opositor ao modelo de pensamento económico que normalmente vigorava na sociedade.

É cada vez mais recorrente assistir a eventos em que se vê as pessoas com o telemóvel em punho. O seguinte exemplo comprovará esta questão, associando-a ao status - questão desenvolvida por Max Weber - ao capital – desenvolvida por Karl Marx - e ainda à questão das redes sociais; da socialização através das mesmas e do conceito de “tribo” criado e explorado por Maffesoli.

6.1. Status e redes

Portugal é um dos muitos países que sempre foi atento ao desporto rei: o futebol. Não há muito tempo atrás, o país viu o Benfica a sagrar-se campeão, e as imagens da “festa do título” não deixaram dúvidas: ainda em pleno relvado se assistiu aos jogadores a tirarem *selfies*, e fazerem vídeos para registar o momento. O objetivo de tal atitude não foi meramente registar algo da ocasião, mas postá-la nas redes sociais. Vejamos os efeitos práticos destes acontecimentos: na rede social *Instagram*

quanto mais seguidores o utilizador tiver, mais é remunerado pela rede, ou por marcas que pagam ao detentor da conta para fazer publicidade aos seus artigos. Hoje a questão do status tratada por Weber passa muito pela utilização e no fundo, uma hierarquização nas redes sociais. O *like*, o número de seguidores, os comentários nos *posts* são alguns dos fatores que determinam o estatuto associado às pessoas no novo mundo digital. As classes não têm propriamente uma relação direta com o nível de estatuto que cada indivíduo tem “a posse de dinheiro e a situação de empresário não constituem em si já qualificações de status (...) a situação de classe de um estudante, determinada pela sua fortuna, pode ser extraordinariamente diversa, sem que por isso se diferencie a situação do próprio status, dado que o modo de vida resultante da educação é o mesmo nos aspetos decisivos no ponto de vista de status.” (Cruz, 2013, p.734).

Todos os autores mencionados anteriormente contribuíram substancialmente para que se interligassem as teorias subjacentes ao tema deste projeto. Com especial incidência de Maffesoli, como não poderia deixar de ser visto que parte deste trabalho é centrado na sua perspetiva de socialização via *internet*.

7. Redes Sociais: a manipulação e recolha de dados

Através da implementação das redes sociais no panorama mundial de comunicação facilmente se retirou ilações acerca das vantagens que tal poderia trazer, quer para o bem, quer para o mal. Foram aproveitadas em vários pontos – desde o menos ao mais ético - e como será de esperar o lado que seria eticamente menos correto foi utilizado tendo em conta objetivos diferenciados pelos quais os seus utilizadores se propunham a atingir. Exemplos desses objetivos são maioritariamente associados à vertente financeira, que é suportada através das redes de comunicação.

Houve fundos milionários que se especializaram a abrir este tipo de empresas, cuja função é dosear a recolha de meta dados para determinados fins, mediante aos objetivos dos clientes.

Começou com o sonho da existência de um mundo interligado, onde houvesse a existência de um espaço onde todos pudessem partilhar as suas experiências. De repente o mundo digital começou a fazer parte de nós; ora nos faz sentir menos sós, ora se torna num animador pessoal.

Indiretamente, as redes sociais fizeram de quem as usa a sua mercadoria, gerando milhões de euros através da atividade de cada pessoa. Toda a informação fica na *internet*, desde pagamentos de cartão de crédito, localizações de GPS, os “*likes*” nas redes. Todas as informações são recolhidas e associadas à identidade do seu usuário. É através do conhecimento destas informações que os vendedores fazem anúncios detalhados à medida de qualquer consumidor, que são vistos apenas pelo próprio.

7.1. O caso de Salvini

O exemplo mais recente do uso de recolha e análise de dados – utilizados para fins políticos – foi em Itália, nas eleições legislativas, no ano de 2018. Dizia Matteo Salvini (líder do partido “Lega”): “Obrigado a Deus pela Internet, obrigado a Deus pelas redes sociais, obrigado a Deus pelo Facebook” (Salvini *apud* Andrade: 2018). A ênfase na religião - típico de partidos associados à direita (maioritariamente extremistas) - e à menção de uma das maiores redes sociais de todos os tempos revela que o populismo, aliado à análise de dados pode ser uma forte ferramenta para a obtenção dos objetivos. Este é apenas mais um dos casos, onde a recolha e análise de meta dados, via redes sociais, é usada de forma a manipular vontades e sentimentos para ganhar eleições.

Entre o caso italiano houve outros escândalos que atingiram magnitude global, e alguns deles ainda com maior proporção: o Brexit, no Reino Unido; e as eleições de 2015 nos Estados Unidos da América. São estes os casos mais sonantes em que a Cambridge Analytica trabalhou.

7.2. O escândalo da Cambridge Analytica

A Cambridge Analytica faz recolha e análise de dados de utilizadores através das redes sociais, no entanto, ficou como saber a maneira exata como esta faz a sua operacionalização. Maioritariamente os seus trabalhos são feitos para campanhas políticas, mas também tem a vertente de trabalhar diretamente com empresas. “Combinam dados de um grande número de consumidores e combinam-nos com a ciência do comportamento para identificar pessoas que as organizações possam atingir com material de marketing.” (Osborne, 2018). O sonho de um mundo interligado deixou de ser um sonho, e passou a fazer parte de um pesadelo. Aquando da revolução digital, da criação das plataformas de redes sociais ficamos todos conectados. Mas com o passar dos anos a conexão entre os indivíduos passou a ter uma preponderância muito maior: deu lugar a um melhor amigo, a um guardião de recordações, a um terapeuta.

7.2.1- A curiosidade de David Carroll

David Carroll foi um dos principais curiosos que se questionou acerca da recolha dos seus dados, e onde veio mais tarde ajudar a descobrir o que estava por detrás maneira como a Cambridge Analytica trabalhava. David Carroll é professor na *Parsons School of Design*, universidade onde trabalhava no desenvolvimento e criação de aplicações, e o próprio sabia que toda a atividade online de qualquer indivíduo ficava registada. Tendo acesso ao conhecimento de como os dados ficavam na *internet* Carroll “apresenta uma declaração ao tribunal superior de Londres onde reclama os seus dados de volta à Cambridge Analytica” (Helmores, 2018). O que leva Carroll, que vive nos Estados Unidos da América a apresentar a declaração no Reino Unido reside no facto de descobrir “que poderia processar para obter acesso às suas informações na Grã-Bretanha, em parte porque uma das empresas é uma sociedade anónima do Reino Unido” (Helmores, 2018).

Todas as nossas interações, todas as pesquisas na *internet*, todos os usos do cartão de crédito, localizações, gostos, estão a ser colecionados em tempo real. Tudo o que fazemos *online* é monitorizado com o objetivo de fazer de cada utilizador das redes sociais em questão parte do produto. Refere o Senador britânico Wyden (2018) que escreve para saber como os dados dos usuários do

Facebook podem ter sido obtidos de forma inadequada e abusados por terceiros para atingir e manipular dezenas de milhões de eleitores americanos sem o conhecimento ou consentimento desses indivíduos (Helmores, *apud* Wyden).

7.2.2 - A eleição de Donald Trump

Para que a campanha de 2016 tivesse sucesso, foi criado o projeto “Alamo”, onde “contava com a parceria de empresas como *Facebook*, *Google* e *Youtube*, as quais em sua fase áurea gastavam cerca de um milhão de dólares em anúncios nas redes sociais. A empresa Cambridge Analytica funcionava como central de dados, isto é, por meio de pesquisas virtuais conseguiu reunir cerca de cinco mil pontos de dados de cada norte-americano. Essas informações eram processadas pela empresa matriz, a *Strategic Communications Laboratory* – SCL, localizada na Grã-Bretanha. Além do grande fluxo de dados, a empresa despontava em inovação e tecnologia.” (Assolin, 2020).

Dentro da Cambridge Analytica, segundo relatos dos seus trabalhadores, nomeadamente do diretor operacional e financeiro – Julian Wheatland - são de que havia um grande ambiente de inovação e criação. Alexander Nix é um dos nomes mais importantes no decorrer da descoberta deste escândalo, pois foi o diretor executivo da empresa. Na apresentação da mesma descreve-a como “a maior empresa mundial de comunicação por dados”. Contudo, Nix não foi completamente original, ou pioneiro no que toca à pesquisa e uso de meta dados para trabalhar em contextos de eleições. Já antes da eleição de Trump, em 2016, que os meta dados foram usados na campanha de Obama, essa “é uma fé que Obama abraçou, mesmo antes de ganhar a presidência. E agora, com a revelação que a Agência de Segurança Nacional está a processar enormes gravações de registos telefónicos e recolha de dados da Internet, o público americano está a ser solicitado a acreditar como os dados - e quantos dados – estão a ser colecionados e usados em Washington (Scola, 2013).

Para prevalecer e ter sucesso, na Cambridge Analytica existe uma seleção de dados criados por anunciantes e matemáticos que ajudam os seus clientes a atingir o público que quer alcançar – e mais importante do que isso – como o alcançar.

Nix revelou numa palestra, o trabalho que a empresa desenvolveu para as eleições de 2016, trabalhando para a campanha de Ted Cruz, dentro do Partido Republicano. Cruz era o candidato menos cotado para assumir o cargo na cadeira central do Partido Republicano, onde perdeu para Donald Trump na derradeira eleição. Como é que a Cambridge Analytica conseguiu este feito? Segundo

Alexander Nix houve uma divisão da estratégia em três categorias: ciência do comportamento, análise de dados e uso de tecnologia de anúncios endereçáveis.

Na ciência do comportamento descreve o uso de imagens para fazer a imagem entrar com facilidade na mente de quem a vê, porém, além do uso da imagem considera que as zonas geográficas e demográficas são indicadores pobres para se trabalhar a comunicação. Apesar de considerar que demografia, geografia e economia sejam importantes para comunicar, na opinião de Alexander Nix a Psicografia é o fator com maior preponderância para a execução e efeito da comunicação, porque é o culminar do conhecimento da personalidade, e como é a personalidade que conduz o comportamento, automaticamente conduz a forma como se vota.

Numa palestra acerca do poder dos meta-dados e psicografia, dada por Alexander Nix, em 2016 no *Concordia Annual Summit*, em Nova Iorque são discutidas as formas como a Cambridge Analytica trabalha.

7.3. A palestra de Alexander Nix

Através da reunião de dados de um determinado indivíduo é possível afirmar e traçar um perfil psicológico, comparando-o a outro que o tenha diferente. Na própria palestra Alexander Nix traça dois, de género diferente e compara-os. No perfil da mulher a tendência psicográfica é ser consciente e muito neurótica, a mensagem que tem de se lhe passar é racional ou emocional, Nix dá o exemplo da legislação do porte de armas, onde o anúncio que foi passado continha uma mensagem relacionada com o roubo e o direito ao porte de arma, para a convencer a votar no partido Republicano. Em comparação, Nix demonstra o perfil de um homem que pertence a um público fechado, por natureza tradicional, que se preocupa com a família e com velhos costumes, portanto a imagem do anúncio a ser passada será fazer uma analogia à família e ao uso de armas, como por exemplo incentivar o pai ensinar o filho como usar uma arma, sendo esse um alicerce base da nação.

Passando para a segunda parte do que considera ser a estratégia fundamental para o trabalho da Cambridge Analytica, Alexander Nix fala do segundo ponto: análise de dados. Como a comunicação está constantemente a mudar, onde no passado era vista como algo de cima para baixo, algo que era considerado como uma liderança criativa. Atualmente são usados dezenas de milhares de dados para o público-alvo para perceber exatamente que mensagens são apeladas ao público em questão, com a finalidade de saber como é que o processo de análise vai começar. Dentro da análise de meta dados,

Nix, divide na sua apresentação, por características em três setores: demográficos/geográficos, psicográficos e personalidade. No primeiro inclui-se (Nix, 2016) a idade, o género, o salário, a religião, a educação, estatuto socioeconómico, etc. No segundo a caracterização é feita pela ótica do consumidor, do estilo de vida; por exemplo, “do tipo de carro que se conduz, que produtos se compra, que revistas se lê” (Nix, 2016); em suma caracterizam-se como indicadores de atitude. No terceiro focam-se as questões de índole filosófica pertencentes à base do pensamento de cada indivíduo, ou seja, a maneira como se vê o mundo, o que guia cada um de nós, etc. A partir da combinação e análise destes pontos é possível traçar um cenário de conveniência através de cada Estado – no caso Nix dá o exemplo de Iowa – “onde existe uma parcela de eleitores que vão votar, mas precisam de um incentivo para votar à direita” (Nix, 2016). Nestes grupos Nix apresenta gráficos onde o x divide (esquerda) democráticos e republicanos (direita), no y a divisão é feita com base na vontade de mudar a inclinação da forma de se votar; os que estão no patamar superior em relação ao y são os que estão disponíveis a uma alteração de intenção de voto, os que estão na zona de baixo não estão definitivamente para aí virados. Esses (patamar de baixo na linha do y) são chamados os “grupos de persuasão”. Neles são divididos indicadores por grupos, tais como persuasão, direito ao porte de arma, para posteriormente serem convencidos a votar através dos anúncios que lhes serão apresentados.

No terceiro ponto vem ao discurso (Nix, 2016), a tecnologia de anúncio endereçável, que acontece quando se retira os dados dos utilizadores em modo *offline*, cruzando-os entre si para conduzir a comunicação até chegar ao eleitor. Uma vez extraídos e cruzados os dados necessários milhões de pessoas recebem a publicidade detalhada, estudada e processada para si. (Nix, 2016)

Ao contrário do que acontecia no passado, cada vez mais a comunicação está a ficar incrivelmente detalhada ao ponto de chegar ao seu público-alvo. O conceito de comunicação em massa através da televisão e do *email* está a tender em desaparecer. Hoje as pessoas não querem saber, nem ver publicidade que não está relacionada com os seus interesses, no entanto, (Nix, 2016) se a publicidade apresentada for ao encontro dos gostos ou se forem abordadas questões relacionadas com que o público-alvo se preocupe, a forma de chegar ao público terá, naturalmente, uma maior taxa de sucesso.

A estratégia delineada por Alexander Nix resultou aquando trabalhou para a campanha de Ted Cruz, que (Nix, 2016) de um candidato pouco popular começou com um uma estimativa de menos de

5% dos votos, até conseguir atingir uns surpreendentes 35%, fazendo dele a segunda maior ameaça – para os restantes concorrentes – dentro do partido Republicano.

Alexander Nix admitiu que o objetivo da fundação da Cambridge Analytica foi “enfrentar o vácuo no mercado político republicano nos Estados Unidos da América” (Osborne, 2018). (Nix, *apud* Osborne) Após as eleições presidenciais dos Estados Unidos, de onde Barack Obama saiu vencedor, graças ao sucesso do uso de dados e comunicação digital, era então altura de o partido Republicano liderar a revolução tecnológica e a análise de dados, algo que não conseguia acompanhar em eleições passadas, e, portanto, foi uma janela de oportunidade para a Cambridge Analytica.

7.4. A subida de Ted Cruz

Ted Cruz, para surpresa de todos, foi o último candidato interno no partido Republicano a ser derrubado para Trump, em 2016. Adiantou o *The Washington Post* que a boa campanha de Cruz tem crédito em dados psicológicos e analíticos. Segundo a mesma fonte “os dados dos testes são complementados por pesquisas recentes, e juntos, são usados para categorizar os apoiantes, que receberam mensagens, telefonemas e visitas, especialmente personalizadas” (Hamburger, 2015). Segundo Hamburger (2015), Ted Cruz sempre foi um acérrimo crítico da colheita de dados pessoais, no entanto mostrou-se um agressivo colecionador dos mesmos na sua campanha, alguns deles vêm dos típicos consumos dos eleitores, tais como *posts* no *Facebook*.

Foi em 2014 que se deu início ao oligopólio criado pela Cambridge Analytica. Alexander Kogan – académico do Reino Unido – reuniu informações de cerca de 50 milhões de perfis do *Facebook*. Começou por reunir perfis de alguns americanos que foram pagos para fazer testes de personalidade através da rede social; no entanto, (Osborne, 2018) também foram reunidas informações de outras contas que partilhavam amizade no *Facebook* com os indivíduos que estavam em análise de personalidade. Num esquema montado para que funcionasse em rede, sem se ler os termos e condições do mesmo, rapidamente a aplicação chegou aos dados de milhões de contas do *Facebook*. “Korgan tinha um acordo para partilhar essas informações com a Cambridge Analytica, mas, de acordo com Christopher Wylie, um denunciante, a maioria dessas informações pessoais foi obtida sem autorização.” (Osborne *apud* Wylie, 2018). Concluiu Wylie, a Cambridge Analytica usou estas informações para criar um poderoso sistema de *software* para prever e influenciar as escolhas dos eleitores nas urnas (Wylie, 2018).

7.5. O relato de Christopher Wylie

Christopher Wylie era um dos cientistas dos dados, e também uma das pessoas que ajudou a formar a Cambridge Analytica. Após algum tempo de ter saído da empresa o mesmo admite que se arrependeu por ter ajudado a construir tal ferramenta de manipulação de psicografia, o que o fez revelar algumas práticas da empresa. Segundo Wylie (2019) a Cambridge Analytica não se prende por ser meramente uma empresa que trabalha na ciência de dados ou algoritmos mesmo a afirmar que é uma máquina total de propaganda que brinca com uma nação inteira num regime de contexto democrático. Alexander Nix – o seu fundador e diretor executivo – afirmou que a empresa não usou dados do *Facebook* para proveito próprio da empresa, mas para executar o seu trabalho – sendo que depois de estar feito são eliminados da sua base de dados - informação que foi desmentida por Christopher Wylie.

Houve dois nomes que devem ser referidos no que toca à importância de escrutinar o que se passava dentro da Cambridge Analytica. Nos parágrafos acima já foi descrito o nome de Christopher Wylie, porém ainda nada foi dito acerca de Brittany Kaiser. Kaiser foi uma alta executiva no desempenho de funções da Cambridge Analytica, onde concretamente se dedicou ao cargo de Diretora de Desenvolvimento de Negócios. Desde nova que Kaiser se interessou por política, o que a levou a ser “uma consultora política americana que passou do idealismo progressista para se posicionar no que podemos qualificar de lado negro, sem estar consciente em muitos casos; mesmo assim, inicialmente foi uma colaboradora ativa na campanha de Barack Obama.” (Jiménez, 2020, p.183-184).

7.5.1 - Brittany Kaiser: o braço direito de Nix

Encontrando-se exilada na Tailândia (Timberg, 2019) a ex-diretora de Desenvolvimento de Negócios deixou que a acompanhasse uma equipa de *cameramans* acompanhá-la. Kaiser (2019) assume ter provas de que tanto a campanha feita pró-Brexit como a campanha de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos da América foram ilegais; e que enquanto trabalhava na campanha pró-Brexit refere que fizeram pesquisas para perceber porque motivo os cidadãos britânicos queriam sair da UE, em que cujas respostas ajudaram a agir nas tomadas de posição estratégicas pela Cambridge Analytica, tal como as metodologias de comunicações executadas para atrair eleitores indecisos.

Da Tailândia, Kaiser volta para a Europa. Antes de tomar a decisão, Kaiser encontrava-se com um pouco de receio, mas posteriormente, já num “estado de espírito muito mais determinado, testemunha perante o Parlamento Britânico sobre muitos dos desagradáveis atos do seu ex-empregador e alertando para as ameaças de privacidade em curso representadas pelo Facebook, cujas negociações com Cambridge Analytica resultou em julho em mais de 5\$ bilhões em multas nos Estados Unidos.” (Timberg, 2019).

Graças à insistência de David Carroll na reivindicação dos dados que lhe foram roubados pela Cambridge Analytica, instaurou-se um processo disciplinar a par de uma investigação acerca da empresa e das suas práticas para chegar aos seus fins. Nomes como Alexander Nix e Mark Zuckerberg (fundador da rede social *Facebook*) foram chamados a depor no Parlamento Britânico, após Wylie e Kaiser terem denunciado o caso. Não obstante houve uma jornalista do *The Guardian*, que fez um trabalho de investigação intenso e extenso acerca desta empresa: Carole Cadwalladr. Discutir a história da Cambridge Analytica sem expor o seu nome seria uma grialha bastante grave, tendo em conta o seu fundamental papel para o desenrolar dos acontecimentos.

7.5.2 - Carol Cadwalladr: a jornalista obcecada

Cadwalladr entrevistou Wylie nos estúdios do *The Guardian* foi aí que descobriu que o houve a confissão por parte do denunciador que a empresa recolheu milhares de dados de milhões de contas do Facebook para fins políticos, porém isso já foi referido em parágrafos acima.

Kaiser acedeu ao seu computador pessoal, onde conseguiu encontrar um vídeo de apresentação da Cambridge Analytica. Tratava-se de um vídeo promocional onde a empresa vendia o seu produto, nele foram vistos exemplos como o caso da manipulação das eleições em Trindade e Tobago, em que se apresentou (Nix, 2019) dois grandes partidos liderados e apoiados por indianos e afro-caribenhos. Nix (2019) revelou que o partido liderado pelos indianos foi o que contratou a Cambridge Analytica, cuja metodologia de trabalho foi usar os jovens como alvo. Portanto a campanha tinha de ser apolítica “os jovens não gostam de política, e tinha de ser reacionária, porque os jovens são preguiçosos” (Nix, 2019). Através de propaganda via redes sociais – nomeadamente no *Facebook* – foi criado o movimento “*do so*”, que consistia em fazer parte do *gang*, em fazer algo, em fazer parte do movimento. Segundo Nix (2019), este movimento tornou-se em algo que foi contra os políticos e o ato de votar. A metodologia utilizada pela Cambridge Analytica correu conforme se esperava, pois, os indianos faziam o que os pais lhes mandavam, tendo acabado por ir votar. “A diferença entre jovens

dos 18 aos 35 foi de 40%, que balanceou as eleições em 6%, que era o resultado que necessitavam. Na conclusão ainda afirma que a empresa trabalha diretamente para outros países.

No seu depoimento para a Comissão de Média Digital, Cultura e Desporto Kaiser acabou por assumir que os dados recolhidos através do *Facebook* foram autorizados, mas que deviam ser eliminados posteriormente, algo que não foi feito pela Cambridge Analytica.

7.6. Fim da linha

O grande estouro do caso “Cambridge Analytica” dá-se no momento em que Alexander Nix é apanhado por um canal de televisão britânico a discutir a estratégia para as eleições dos Estados Unidos ocorridas em 2016, que mais tarde vieram dar a vitória inesperada de Donald Trump. No vídeo recolhido por esse canal demonstra Nix e quem o rodeia a discutir metodologias para que as eleições culminassem no sucesso do trabalho da empresa. Graças aos repórteres infiltrados nesse grupo foi possível detetar que “a empresa no centro da violação de dados do *Facebook* se gabava de usar armadilhas de mel, campanhas de notícias falsas e operações com ex-espões para balançar campanhas eleitorais em todo o mundo” (Cadwalladr, 2018). Para agravar a situação, Alexander Nix ainda revela que algumas “das artes usadas pela empresa para ajudar os clientes, [...] incluía aprisionar candidatos rivais em artimanhas falsas de suborno e contratar prostitutas para seduzi-los.” (Cadwalladr, 2018). No mesmo artigo escrito por Carole Cadwalladr, Nix (2018) vai mais longe e diz ao disfarçado repórter – que se fez passar por um potencial cliente – que chegou a trabalhar com ex-espões do Reino Unido e de Israel com o fim de encontrar escândalos políticos, e que a sua equipa da Cambridge Analytica estaria disponível para ir além de uma investigação.

Durante a conversa com o jornalista, Nix sugere alguns mecanismos de trabalho, mas o que mais chamou à atenção do público foi o de criar um escândalo sexual, cuja ideia seria “enviar para casa do candidato algumas meninas, para ter muita história de coisas.” (Nix *apud* Cadwalladr, 2018). Não obstante a Cambridge Analytica ainda tentou camuflar o seu nome enquanto trabalhou em alguns casos, segundo (Nix *apud* Cadwalladr, 2018) “Pode ser que tenhamos que contratar com um nome diferente ... uma entidade diferente, com um nome diferente, de modo que não exista nenhum registo com nosso nome associado.”

O vídeo registado pelo canal de televisão britânico acabou por ser tornar público, o que culminou com o início do fim da Cambridge Analytica. Alexander Nix foi suspenso da empresa e a

mesma declara falência tendo começado de imediato a limpar os seus escritórios, que acabaram por ser alvos de investigação.

David Carroll é chamado a depor ao Parlamento Europeu, onde refere (2018) que continua à espera dos seus dados, e que a questão passou a ser criminal. Reitera ainda que não vai desistir de obter o que é seu por direito.

Alexander Nix é interrogado pela Comissão Parlamentar de Media, Cultura e Desporto, onde negou ter trabalhado para a campanha do Brexit, e ainda afirmou que os dados usados do *Facebook* tiveram permissão legal, através do uso da aplicação que um professor da Universidade de Cambridge utilizou, cuja finalidade foi a de recolher dados dos amigos dos amigos que a utilizavam. Posto isto, acaba por se fazer de vítima defendendo-se (Nix, 2018) com o argumento de que a comunicação social quis destruir a reputação da Cambridge Analytica lançando ataques que não têm cabimento.

Tal como Alexander Nix, Brittany Kaiser e Christopher Wylie, Mark Zuckerberg também foi testemunhar no escândalo ocorrido pelo roubo de dados da Cambridge Analytica através do *Facebook*. Zuckerberg (2018) assume que houve uma quebra de confiança entre Kogan (professor que desenvolveu a aplicação para uma recolha eficaz de meta dados), entre a Cambridge Analytica e o *Facebook*; todavia também assume na mesma linha de pensamento que houve uma quebra de confiança entre as pessoas que partilham os seus dados com o Facebook e que esperam que os mesmos sejam protegidos. Zuckerberg inicia o seu testemunho começando por dizer que o objetivo da rede social era o de conectar as pessoas, e que sabendo do que se estava a passar (Zuckerberg, 2018) contactou com a Cambridge Analytica para lhes pedir que apagassem os dados. É questionado acerca da campanha de Trump, de onde surge a pergunta que se os seus funcionários colaboraram na campanha, à qual Zuckerberg responde que não sabe. Em suma além de um pedido de desculpas, Zuckerberg prometeu melhorar e reforçar a segurança da rede social por ele criada. O caso foi arquivado em 2019, ano em que o Facebook se disponibilizou a pagar cinco mil milhões de dólares à Comissão Federal do Comércio dos Estados Unidos da América “para terminar investigações abertas nos últimos dois anos a várias falhas de privacidade encontradas na rede social” (Pequenino, 2019). A causa do pagamento deve-se ao argumento de que “a empresa de rede social não foi esclarecedora sobre as formas de como os criadores de aplicações, anunciantes e outros obtiveram acesso aos dados pessoais dos usuários - desde o conteúdo que eles “gostaram” até os números de telefone que

armazenaram - em violação da promessa anterior do Facebook para melhorar suas proteções de privacidade online.” (Romm, 2019).

Em suma o escândalo da Cambridge Analytica aliado ao Facebook teve um desfecho pouco esclarecedor por parte da empresa que gere milhões de contas virtuais. Mark Zuckerberg não foi suficientemente esclarecedor quanto ao que aconteceu nas eleições de 2016, nos Estados Unidos. De facto, as eleições americanas foram as mais discutidas ao longo da argumentação deste escândalo nesta dissertação, porém houve outros casos em que a plataforma serviu de ferramenta para trabalhar em eleições noutros países. A Cambridge Analytica acabou falida após as gravações secretas dos repórteres do Channel 4, e David Carroll acabou por não ter os seus dados devolvidos.

Empresas como a *Google*, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* chegaram em força ao mercado. O tempo de desenvolvimento tecnológico de umas para as outras foi curto. A tecnologia desenvolveu-se a uma velocidade nunca antes vista e com ela o surgimento das redes sociais não ficou atrás a nível evolutivo. Desde sempre que a sociedade se viu em fases de metamorfoses, pois é através das mesmas que ocorre o processo evolutivo. É graças ao processo de metamorfose que a sociedade Santos (2014) molda as suas formas de produzir, relacionar, trabalhar e existir; foi com esse fim que foram criadas várias plataformas para coexistirem, sendo que algumas delas já foram faladas em capítulos anteriores.

8. As Redes Sociais em análise

8.1. Facebook

Muito se falou ao longo desta dissertação do uso do Facebook aliado ao fim de manipular as eleições dos Estados Unidos da América, porém não se descreveu as suas origens. Segundo dados da IEB School o Facebook lidera o *ranking* de rede social mais utilizada do planeta, a rede foi criada por Mark Zuckerberg ainda aquando dos seus tempos de estudante na Universidade de Harvard “no início, o Facebook era restrito aos estudantes de Harvard, e aos poucos foi se expandindo para outras universidades. O Facebook se tornou aberto a todos somente dois anos depois, quando passou a aceitar estudantes, pessoas e empresas.” (Torres, 2009, p.140). Apesar do escândalo ocorrido com a Cambridge Analytica o *Facebook* mantém um registo de privacidade relativamente bom, um exemplo disso é se uma conta de um determinado utilizador não for “amiga” de outro perfil que esse utilizador pretenda, o acesso não é dado, devido ao facto de existirem mecanismos de segurança que impeçam que essa privacidade seja violada.

8.2. Instagram

Ao contrário do *Facebook*, o *Instagram* foi uma aplicação desenhada para ser utilizada a partir de um telemóvel (já o *Facebook* pode ser utilizado tanto a partir de um telemóvel como de um computador). A rede social demonstrou-se inovadora, sendo esse um dos fatores que contribuiu para tal, “esta característica distingue-o de outros tipos de programas, como sistemas operativos, que são os que fazem funcionar o computador, as linguagens de programação, que permitem criar os programas informáticos em geral” (Piza, 2012, p.7).

A rede foi criada em 2010 (Piza, 2012) com o intuito de os seus criadores reinventarem a famosa *Polaroid* manter o momento instantâneo. A ideia seria a de fazer uma junção de uma rede social ao que se poderia tornar algo instantâneo, através da partilha. A própria rede foi criada justamente a pensar na partilha de fotografias e vídeos, e não de texto – algo que não acontece com o *Facebook*. Dedicado ao vídeo e à fotografia, a rede tornou-se inovadora ganhando muitos fãs, precisamente da área da fotografia e vídeo. Inovou no que toca aos filtros que se podia pôr nas fotografias de modo a criar a fotografia com a textura que o utilizador entender usar num determinado fim. Segundo Santos (2014) com o *Instagram* é possível ainda o contacto com novas pessoas, através de ferramentas como pesquisar, “gostar”, comentar *posts* e da visualização de conteúdos mais

populares por meio dos *hashtags* (#). Os *hashtags* também revolucionaram a rede, visto que usando o símbolo semelhante ao “cardinal” e escrevendo uma, ou um conjunto de palavras sem espaços é possível chegar a uma conta que tenha partilhado uma fotografia, ou um vídeo com o mesmo *hashtag*, no entanto neste tipo de casos o importante é o conteúdo que é apresentado e não a conta em si, pelo menos na maioria das ocasiões.

Uma das revoluções do *Instagram* foi o conteúdo “*story*”, em que uma fotografia é postada por um determinado perfil, e fica ativa meramente durante 24h, sendo que essa presença não se encontra no *feed* do utilizador, mas sim na plataforma “*story*”, que é apresentada através de uma bola com a fotografia de perfil do usuário, um contorno rosa, e o nome do perfil abaixo dessa mesma bola.

Ao contrário do *Facebook* a forma de existir conexão entre as contas é diferente. Na rede criada por Zuckerberg é necessário enviar um “pedido de amizade” e depois de haver a aceitação da parte de quem recebeu, automaticamente os utilizadores se tornam “amigos”. Já no *Instagram* o pedido é feito através de “seguir”, em que o utilizador A faz o pedido para seguir – se a conta for fechada, segundo as definições de privacidade – ao utilizador B, e se o utilizador B aceitar, o A está a seguir o B, mas o B não está a seguir o A. Isso só acontece caso o B mande também um pedido para seguir o A. Portanto aqui não existe o automatismo em relação a amizades como existe no *Facebook*. O que permite, em muitos casos, haver contas de celebridades que possuem muitos seguidores e que seguem poucos perfis, devido à capacidade de resposta não acompanhar o número de quem quer os quer seguir.

8.3. Twitter

O *Twitter* tornou-se numa famosa rede social através de celebridades, políticos e pessoas com algum relevo no panorama nacional ou internacional. A rede social é vista como *microblogging* por apenas permitir 140 caracteres em cada publicação. Esta ferramenta “permite que pessoas e empresas possam colocar atualizações constantes sobre elas. E essas atualizações podem ser pessoais como responder, por exemplo, o que está fazendo neste exato momento. Ou no caso de uma empresa, divulgar os novos lançamentos, nova campanha ou divulgar os novos serviços.” (Rocha, 2010).

Curiosamente há factos que não mudam, e tanto o *Twitter*, como o *Facebook* servem de plataformas em que a comunicação acontece desde a data da sua fundação até aos dias de hoje. Além da faceta financeira que o *Twitter* tem, o lazer é uma parte fundamental na sua génese.

A rede social revelou-se num forte aliado “para os chamados famosos que não querem falar com a imprensa sobre determinado assunto, mas que desabafam no *microblogging* sobre o ocorrido.” (Rocha, 2012, p.37). Além do *Twitter*, também o *Facebook* tem a vantagem de servir de plataforma para comunicar com o exterior, embora o *Twitter* seja mais utilizado nesse sentido do que a rede social criada por Zuckerberg.

Aceder a redes sociais nunca foi tão fácil como é hoje. Nos últimos anos com a evolução da internet e do *WiFi*, *tweetar* requer pouco esforço, requer pouca previsão, reflexão ou consideração das consequências. *Tweeting* é, em suma, uma atividade altamente impulsiva, algo que se pode fazer facilmente mesmo que nada tenha sido considerado ou importante a dizer.” (Ott, 2017, p.61). O *retweet* é uma prática famosa dentro desta rede social: basicamente consiste na partilha de uma determinado *post* através de outras contas, portanto os *tweets* são frequentemente partilhados com uma determinada carga afetiva, uma vez que “mensagens do *Twitter* com carga emocional tendem a ser *retuitadas* com mais frequência e mais rapidez em comparação com as neutras” (Stieglitz, 2013, p.217).

Desengane-se quem pensa que o acesso a qualquer rede social seja meramente para gente instruída de educação, com isto quero dizer que aparecem contas de utilizadores indelicados, ofensivos ou até insultuosos. “Em primeiro lugar, o *Twitter* é definitivamente informal. A sua falta de preocupação com a linguagem e estilo adequado abala as normas que tendem a impor a boa educação. O ato de escrever “Prezado Fulano de Tal” no início de uma carta formal, por exemplo, diminui a probabilidade de que haja comunicação depreciativa” (Ott, 2017, p.62).

8.3.1 - Donald Trump e o Twitter

Além da popularidade que já possuía, é através do *Twitter* que Donald Trump chega a um nível ainda mais alto na fasquia do populismo. “A 10 de novembro de 2012 Donald Trump *tweetou* “Obrigado – muitos dizem que sou o maior escritor de 140 caracteres no mundo”” (Ott, 2017, p.63). Tal publicação naturalmente que gera alguma polémica – algo a que Trump nos habituou ao longo do seu mandato enquanto presidente dos Estados Unidos da América. Claro que está que levou com algumas respostas a tal provocação, que, no entanto, não lhe tirou protagonismo, muito pelo contrário: deu-lhe ainda mais. Brad Hayes fez a programação de um “*tweeterbot*” cujo objetivo é (Garfield, 2016 *apud* Ott, 2017) a utilização de um algoritmo de inteligência artístico-social baseado na linguagem de Trump em centenas de horas de debates transcritos para gerar tweets ao estilo de Trump. Através dos

cálculos logarítmicos o *bot* chega à conclusão de que Trump dividia o seu discurso em três parâmetros: “uso de linguagem simples; diferido para amigos e colegas de confiança e insulta constantemente os seus adversários” (Ott, 2017, p.63). A narrativa de Trump é fácil de se entender e interpretar. Fala para todos: desde pessoas quase analfabetas a pós-doutorados; no seu discurso não existe nada de impeditivo para que a mensagem passe com a devida clareza, muito pelo contrário.

Donald Trump é visto como uma personagem influente no panorama das redes sociais, nomeadamente o *Twitter* – rede que este tão bem domina. Crockett fez um estudo acerca dos *posts* partilhados por Donald Trump na sua conta pessoal da rede social *Twitter*. Com base em mais de 2500 *posts* e mais de meio ano de estudo, Crockett (2016) chegou à conclusão de que Trump usa um léxico de palavras simples e repetitivo, considerando que usa com muita frequência monossílabos tais como: “bom”, “mau” e “triste”. Além de considerar o uso recorrente de monossílabos identificou que para Trump, (Crockett, 2016) os *posts* feitos são para vir carregados de uma conotação negativa e insultos. “Os comentários ofensivos, intimidadores e abusivos de Trump contribuem para a elevada taxa com que o próprio é “*retweetado*”, que, a partir de janeiro de 2016, era 2201 vezes superior à média.” (Tsur, 2016). Em terceiro lugar, (Crockett, 2016) conclui que Trump usa excessivamente o ponto de exclamação como se uma ferramenta de manipulação se tratasse para dar uma maior credibilidade ao seu discurso.

9. Metodologia

9.1. Pressupostos

O presente capítulo anuncia as hipóteses de investigação e também a metodologia utilizada para chegar até elas, bem como a metodologia adotada nas etapas da investigação.

Segundo (Quivy, 1992), não há observação ou experimentação que não assente em hipóteses, e quando não são explicitamente constituídas podem trazer hipóteses que não são possíveis de explorar. “Uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação entre dois termos, que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. Uma hipótese, é, portanto, uma proposição provisória, uma proposição que deve ser verificada.” (Quivy, 1992: 136). A sua formulação tenta responder ao problema levantado pela temática escolhida funcionando como uma pré-solução para o problema, uma resposta suposta é provisória, e também um enunciado conjectural das relações entre as variáveis (Reis, 2010).

Construir hipóteses não é supor duas variáveis e fazer uma suposição acerca delas: é bem mais do que isso. “Geralmente construímos um corpo de hipóteses, hipóteses essas que devem, portanto, articular-se umas com as outras e integrar-se logicamente na problemática. Por isso é difícil falar de hipóteses sem tratar ao mesmo tempo do modelo implicado pela problemática.” (Quivy, 1992: 138).

Pressuposto **1**: A manipulação de meta dados implica um controlo cada vez maior dos indivíduos e condiciona cada vez mais os relacionamentos sociais.

Pressuposto **2**: A redução dos processos de socialização entre indivíduos à sua mera realidade económica faz-se por meio da produção emocional e da estimulação de afetos na Internet.

Pressuposto **3**: A monopolização da Internet por uma minoria suscita a desconfiança da sociedade nas instituições.

Pressuposto **4**: A multiplicação dos fluxos comunicativos é simultaneamente a causa e o efeito da globalização, prejudicando assim os contactos de proximidade.

Pressuposto **5**: As redes sociais, contribuem para uma cada vez mais forte individualização, reduzindo significativamente as interações sociais

Pressuposto **6**: As redes sociais favorecem relações despersonalizadas e abstratas entre indivíduos.

Pressuposto **7**: As redes sociais induzem uma forma de enclausuramento tribal, definida pela pertença dos indivíduos a comunidades que se opõem umas a outras em função da partilha de afinidades comuns, de toda a ordem.

9.2. Pesquisa Quantitativa

O objetivo da pesquisa científica prende-se por obter (Freixo, 2011) a verdade através de pressupostos – acabando estes por ser uma ponte entre a observação da realidade e a teoria científica que explica essa mesma realidade. A propósito da teoria científica o autor estipula o método científico como sendo “o conjunto das atividades sistémicas e racionais que, com maior segurança e economia,

permitem alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detetando erros e auxiliando as decisões do investigador.” (Freixo, 2011, p.80).

É certo que não existe teoria sem a prática, mas também não existe prática sem teoria; andam de mãos dadas como se fossem unha com carne sendo que ambas precisam uma da outra para se complementarem. Portanto é importante fazer uma abordagem que trace uma simbiose entre ambas de modo que haja rigor no trabalho científico.

Esta pesquisa não se irá proceder através do método quantitativo, pois um dos motivos deve-se ao facto de haver biliões de utilizadores de redes sociais que inviabiliza esse estudo, no entanto não se prende meramente nesta questão, e como tal (Lopes, 2011) não sendo possível inquirir a totalidade dos membros do universo, recorre-se a técnicas que viabilizem a construção de uma amostra daquele mesmo universo.

O interesse desta pesquisa não passa por ter resultados numéricos, percentuais ou estatísticos, ou respostas objetivas; mas sim verificar as motivações dos entrevistados. O objetivo é basear-se num carácter subjetivo, que vá ao encontro de narrativas, experiências e ideias. A profundidade das respostas que os entrevistados dão servem de base para a construção do modelo de análise, baseado nas opiniões, nas crenças, nos pensamentos e nas motivações dos entrevistados.

Esta pequena representação do universo de investigação, tem condições de substituir o universo em análise e é, em muitos casos, o único meio de o conhecer, se não de maneira plenamente segura, pelo menos com razoável segurança.

Para seleccionar a amostra foi usado um método não probabilístico, sendo que a resposta será dada através da *internet*, local onde eu próprio fiz uso dela como um vetor de socialização, neste caso para um trabalho em específico. A seleção da amostra foi feita por conveniência através dos seguintes critérios: ter acesso à *internet*, ser meu amigo/seguidor em redes sociais como o *Facebook* ou o *Instagram*; ou haver amigos em comum

9.3. Método Qualitativo

Geralmente suportados pelo recurso à entrevista exploratória, os métodos quantitativos procuram dar uma resposta, e criar maior rigor científico às leituras efetuadas. Segundo Quivy (1992, p.69) “as entrevistas contribuem para descobrir os aspetos a ter em conta e alargam ou retificam o

campo de investigação das leituras”. A entrevista ajuda ainda a economizar o tempo na procura de leituras, na construção das hipóteses e na observação.

De modo geral as entrevistas devem ter um teor aberto ou semiaberto, sem muitas perguntas de modo a não maçar os entrevistados. “as entrevistas exploratórias servem para encontrar pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho, e não para verificar hipóteses preestabelecidas. Trata-se, portanto, de abrir o espírito, de ouvir e de não fazer perguntas precisas, de descobrir novas maneiras de colocar o problema, e não de testar a validade dos nossos esquemas.” (Quiy, 1992, p.70).

O método indutivo-dedutivo é utilizado com alguma frequência quando se trata de abordar métodos qualitativos, pois este representa uma combinação do método dedutivo com o intuitivo. Para Freixo (2011) o investigador tanto necessita dos dados para a teoria como da teoria para os dados, numa simbiose entre a teoria e a experiência, sendo que com base na experiência se constrói a indução – pois é estabelecida, complementada e reformulada – e com base na teoria capta-se a experiência e a realidade, que origina o processo dedutivo.

As entrevistas realizadas centram-se na questão de estudo, que segue um guião de tópicos e questões desenvolvidas a partir do quadro teórico previamente estabelecido, de forma que os/as entrevistados/as consigam expressar-se com a máxima liberdade de tempo e palavras. Segundo Reis (2010) este tipo de abordagem permite respostas comparáveis permitindo um tratamento mais sistémicos dos dados.

Becker (1996) afirma, estudamos atores que também observam e têm uma percepção própria sobre a realidade social. Essas percepções devem ser levadas a ter em conta, devido ao facto de ir ao encontro da objetividade. Citando Becker (1996) a metodologia qualitativa é a indicada para o estudo e compreensão de fenómenos específicos, o que leva a que seja o método indicado para esta investigação: a compreensão dos processos de socialização pelo meio das redes sociais.

Nesta investigação as entrevistas, que partiram através da pesquisa qualitativa tiveram como finalidade conhecer a opinião dos entrevistados relativamente à *internet* no panorama das redes sociais, ao seu uso enquanto chave para o desenvolvimento civilizacional e económico, à sua propensão como instrumento de manipulação, e à interligação entre pares que esta permite estabelecer. Os entrevistados podem responder de livre e espontânea vontade, sem haver a necessidade de se preocuparem em seguir um determinado quadro referencial, ou qualquer

outro padrão que estivesse subjacente a condicionar as suas respostas. Além disto, o método usado através da entrevista permite aos entrevistados aprofundarem o tema como entenderem, o que oferece mais ferramentas no que toca a extrair das mesmas um leque mais vasto no que toca ao seu valor interpretativo.

Para selecionar os entrevistados existe o critério das habilitações literárias, e partindo do princípio de que as pessoas estudadas são mais observadoras, com as suas próprias perceções – através da investigação sociológica, tal permite olhar para os autores não apenas como fontes de observação, mas também elementos privilegiados para recolha de informação. Não existe qualquer tipo de restrição relativamente à idade dos entrevistados, pois assumindo que necessitam de possuir o grau de licenciatura assume-se de antemão que a idade mínima terá de ser 21 anos, sendo que não existe restrições em relação à idade máxima, desde que a pessoa em questão cumpra com os pré-requisitos para ser entrevistada (sendo o mais importante a posse de uma conta numa rede social).

Sendo o tema em questão um assunto que não tem uma vasta bibliografia de modo a proceder à pesquisa, foi para mim importante, fazer pontes através das temáticas primordiais dos processos de socialização dos seres humanos enquanto indivíduos, analisar os casos mais recentes que tenham feito vir ao de cima questões acerca da segurança dos dados dos utilizadores de redes sociais, mas também pensar em hipóteses e objetivos, que fossem ao encontro de preencher algumas das lacunas preenchidas pela falta de bibliografia – até ao momento – um pouco escassa acerca do tema a tratar.

9.4. Objetivos

1 – Demonstrar que a *internet* influencia os processos de socialização.

1.1 – Analisar as diferenças no processo de socialização pré e pós *internet*.

1.2 – Compreender o papel das redes sociais nos processos de socialização.

2 – Demonstrar que os indivíduos têm a sua liberdade condicionada através do uso dos seus dados para fins comerciais ou eleitorais.

2.1 – Demonstrar se os anúncios sugeridos vão ao encontro da personalidade dos utilizadores.

2.2 – Compreender de que formas as empresas minoritárias detentoras do poder *online* influenciam os processos de socialização.

2.3 – Estabelecer uma relação entre os algoritmos constitutivos das redes sociais e da formação de tribos.

3 – Analisar o papel das instituições no contexto digital.

3.1 – Mostrar que os meios de comunicação digital contribuem para uma descredibilização da democracia.

3.2 – Demonstrar se o Estado deve assumir um papel de maior controle na defesa dos dados dos seus cidadãos.

3.3 – Identificar se os indivíduos se revêm nas políticas de privacidade das empresas que gerem as suas contas sociais.

4 – Identificar se as redes sociais promovem a solidão dos indivíduos.

4.1 - Ver se existe uma relação de causa a efeito entre o desenvolvimento de redes sociais e a diminuição dos relacionamentos concretos e de proximidade.

4.2 - Averiguar se a formação de comunidades virtuais por meio da partilha de preferências e de emoções comuns permite a socialização na vida real.

4.3 - Mostrar que as redes sociais favorecem um tipo de enclausuramento tribal que se coaduna com o estilo de vida individualista.

Para levar a cargo o seguimento dos objetivos, de modo que fiquem validados é necessário ter em conta que é necessário reunir informação que será validada numa fase posterior, mediante os dados que foram observados ao longo da investigação. Sabendo previamente da necessidade de validação dos objetivos de pesquisa, “para levar a bom termo o trabalho de observação é preciso responder às três perguntas seguintes: observar o quê?; em quem?; como?” (Quivy, 1992, p.155)

Observar o quê?

Quando se trata de questionar o que se deve observar o investigador deve ter reunidos na sua posse todos os indicadores para testar as suas hipóteses. Neste exemplo existem dois indicadores fundamentais, sendo eles a socialização entre pares e o fenómeno das redes sociais a par com o desenvolvimento tecnológico, e da globalização. Além dos indicadores principais disponíveis é imprescindível que a investigação recaia também para os indicadores que são geridos através das

hipóteses, (Quivy, 1992) pois para fazer a correlação entre ambas e avaliar o impacto de um fenómeno sobre o outro não basta remetermos-nos ao estudo entre apenas duas variáveis.

Ao longo do estudo é importante que o investigador não se perca entre os indicadores e hipóteses, ficando assim afogado no meio de uma massa tão vasta de informação, que dificilmente poderá controlar, acabando por perder o foco. Quivy (1992) fala de dados pertinentes, referindo-se a eles como os dados que são úteis à verificação das hipóteses, salientando que os dados excedentários enganam o investigador, podendo levá-lo à realização de um trabalho de investigação pobre e não coeso.

Para o investigador conseguir fazer uma separação entre os dados úteis e os dados excedentários deve ter bom senso e recorrer à sua própria reflexão para decidir o que precisa e o que não precisa.

Observar em quem?

Para fazer trabalhos de observação é importante ter em conta a parte empírica, que permite a observação do objeto de estudo. O espaço social, geográfico e temporal são algumas das condições importantes para a definição dos dados que devem ser recolhidos.

Amostra

Ao se realizar o estudo de um determinado caso é necessário haver uma análise dos elementos que influenciam o mesmo, e a essa totalidade de elementos chama-se de “população”. No entanto, nem sempre é possível, ou mesmo útil utilizar a totalidade da população, visto que “a banalização das sondagens de opinião ensinou ao grande público que é possível obter uma informação digna de confiança sobre uma população de várias dezenas de milhões de habitantes interrogando apenas alguns milhares deles.” (Quivy, 1992, p.159).

No presente caso, como a população a ser estudada é muito volumosa, é impossível fazer uma recolha de dados de todos os utilizadores de redes sociais, sendo que existem triliões de contas criadas. Neste caso é importante obter uma imagem de uma parcela representativa da população, que naturalmente corresponderá a menos de 1% do universo. Neste caso de estudo “o critério de selecção dessas pessoas é geralmente a diversidade máxima dos perfis relativamente ao problema estudado.” (Quivy, 1992, p.163).

No caso de estudo que temos pela frente será mais adequado fazer uma abordagem qualitativa de modo que as reflexões feitas através das amostras recolhidas vão ao encontro das hipóteses previamente estipuladas.

Através da análise de documentos, artigos científicos, notícias de jornais e livros, com o apoio das entrevistas semiabertas, foi possível elaborar este estudo. Respeitando o guião estabelecido, que foi elaborado de modo a obter um melhor conhecimento acerca das hipóteses pré estabelecidas, segue-se a análise dos dados recolhidos

Falando-se de *internet*, comunicação e evolução será interessante verificar-se o contraste entre gerações: desde o que pensam, como agem, quais os valores que lhes foram inculcados. Assim sendo, nesta dissertação escolher-se-á 8 entrevistados/as – todos têm de possuir uma conta numa rede social - sendo que 4 corresponderão à faixa etária dos 18 aos 35 anos, e os restantes à faixa etária dos 40 aos 65 anos.

10. Análise Dos Dados Recolhidos

10.1. A questão da socialização

10.1.1. Uma Socialização Transparente

O processo de socialização está subjacente a várias mudanças e transformações no decorrer dos séculos. Desde os primórdios da humanidade que a sociedade é regida por normas e valores, como se tratasse de um livro de “boas condutas” a seguir, de modo que se consiga viver em harmonia entre todos. Como animais sociais, os humanos, vivem, lidam e convivem em diferentes grupos: desde familiares, colegas de trabalho, amigos ou outros grupos de pares que se vão criando ao longo da vida.

A diferenciação do homem para os animais passa – além das componentes e formatos do físico e constituição morfológica – por ter emoções ou ser dotado de consciência. Segundo Ramos (2003, p.238) o “indivíduo dentro dos seus padrões sociais, vive em sociedade, como membro do grupo, como “pessoa”, como “socius”. A própria consciência da sua individualidade, ele a adquire como membro do grupo social, visto que é determinada pelas relações entre o “eu” e os “outros”, entre o grupo interno e o grupo externo.”

O ponto de vista cultural interfere com peso e medida nos processos de comunicação: mudam-se as culturas, mudam-se as normas de agir e socializar. Há espaços/países/principados que adotam

as suas próprias culturas, e embora esse conceito necessite de uma maior disseminação na sua abordagem dentro das áreas de ciências sociais considera-se que para a questão em concreto que está a ser analisada “cultura é uma construção social e histórica capaz de produzir uma identidade coletiva inscrita numa relação social com “o outro”, resultante de miscigenações variadas” (Caria, 2008, p.151). A partir do ponto-chave em que a definição de “cultura”, neste caso, para abordar a questão da socialização, passa por estar delineada, é importante obedecer ao conjunto de hábitos, regras sociais, intuições, e até tipos de relacionamento interpessoal de um determinado grupo, para desta feita estarmos inseridos uns com os outros.

Todos os processos chave que fomentam a socialização e a comunicação vão culminar com o advento da *internet*, onde “quem frequenta o mundo virtual e os diferentes espaços que ele nos “fornece”, tem mais facilidades em iniciar uma relação. Podemos ir até uma sala de conversação on-line – *chat* – trocar mensagens por correio eletrónico ou expormos as nossas ideias num fórum (...); desta forma as pessoas vão conhecendo os outros aos poucos através da escrita.” (Mendes, 2010, p.32).

10.1.2 A *Internet* e os Processos de Socialização

As características da *internet*, sobretudo no que diz respeito aos aspetos de interatividade e privacidade, diferem significativamente dos meios de comunicação do passado (Whright, 2005) o que nos leva a ter de assumir as consequências dos atos que tomamos online, quer seja para o bem, quer seja para o mal. Neste sentido é aconselhável ter-se cuidado aquando se navega nas redes sociais, devido ao anonimato não estar garantido, devido ao facto de termos o nosso nome inscrito no perfil, e em alguns casos (maior parte deles) ter uma fotografia associada ao nome em questão.

Na geração X (nascidos entre meados dos anos 60 até início da década de 80) a comunicação entre os seres humanos foi feita através de cartas, de telegramas, de faxes, de telefonemas para telefones fixos. Assiste-se no séc. XXI ao uso, principalmente das redes sociais – mesmo para fazer chamadas de voz – em detrimento de outros meios de comunicação usados no passado. A evolução das tecnologias revolucionou as estruturas que outrora se usaram para manter relações de pares, onde a solidariedade face a face acaba a ser substituída por expectativas abstratas e impessoais e normas de comportamento (Phillips, 2008).

10.1.3 – A socialização pré e pós internet

Para o Carlos “nada mudou” desde que criou conta em plataformas de redes sociais, porque “é muito raro colocar lá informação”, embora considere que as suas “relações são na base do pessoal” também admite que se está “a esforçar para introduzir o *online* nas relações, por razões económicas”. A introdução das redes sociais nos relacionamentos do Carlos permitem-lhe “ganhar tempo”, porque se conseguir introduzir o *online* já não precisa de fazer “60 ou 100 km para ir ter com um cliente”. Antes do advento das interações via redes sociais, o Carlos costumava fazer vários km para ter reuniões, mas hoje tenta introduzir no seu dia-a-dia um contacto mais rápido e prático.

No início da década de 2000 as redes sociais ainda não eram uma realidade sequer imaginável, se se comparar ao efeito que tem nos dias de hoje; o próprio Hi5, que foi uma das primeiras redes sociais a existir, ainda não tinha sido lançado para o mercado (que até então se encontrava em exploração para fins do uso das massas) o que levou à geração nascida dos anos 90 para trás a terem de socializar de uma forma diferente que a geração nascida após 2010 conhece. “Lembro-me que nos tempos de primária o que conhecíamos das pessoas era o que se falava na escola. Tirando isso não havia contactos não pessoais”, o que levou a Inês Carneiro – que embora tenha 27 – a se moldar aos novos mecanismos de comunicação, que considera ser “efémeros, mas com os seus pontos positivos”.

Para bem socializar a linguagem é um aspeto fundamental, que permite como nos vamos relacionar uns com os outros. Pois, se pessoalmente o ser humano nem sempre passa com clareza as suas ideias, no *online* a tarefa pode passar a ser ainda mais dificultada, e em concordância com Ribas “muitas vezes, na conversa face-a-face, não conseguimos nos fazer entender e, no diálogo através da linguagem virtual, os mal-entendidos podem se tornar mais comuns, por isso, os internautas fazem, de forma muito criativa, uso de muitos recursos para tornar a conversa o mais próximo possível do diálogo presencial” (Ribas, *et al.* p.8).

Nos parâmetros globais da socialização, para o Nelson a única vez que não teve redes sociais era numa fase muito tenra da sua vida, que foi “pelos 15 ou 16 anos, a partir daí já existiam e não sei bem dizer como será a socialização sem as redes sociais, não consigo ter bem essa percepção.”

Para o Hugo, considerar a existência dos processos de socialização sem contar com as redes sociais é algo o faz não se lembrar como era. “Não me lembro como era o mundo antes das redes

socais, era novo. Desde que tenho os meus 15 sou mais social, saio mais, convivo mais. Desde aí que sempre tive redes sociais, por isso não consigo fazer uma comparação a antes, porque antes eu era uma criança e nem tinha esses instintos.”

O *Facebook* fez com que houvesse a possibilidade dos “usuários entrarem em contacto com informações relacionadas à identidade de outros indivíduos, permitindo também que haja uma troca de informações de maneira fácil e rápida, por meio de mensagens de textos, imagens e vídeos.” (Vargas, 2015, p.20) o que faz com que grande parte da população acabe por criar conta nesta, ou até noutras redes sociais.

Todos os processos de socialização passam por uma fase primária e secundária, e como todos os seres humanos os primeiros processos estabeleceram-se sem redes sociais *online*, porém numa fase mais posterior, e mediante as gerações, maioria dos entrevistados assumem que as redes sociais tiveram um grande impacto no seu processo de socialização.

Conforme diz o Romão acerca de si “o processo de socialização começa a ser sem redes sociais”, mas assume que numa fase posterior começou a usar, que foi aquando do seu 10.º ano. O próprio refere que sentiu mais a sério na faculdade “e a partir daí tive Facebook, e continuei a usar a rede. No meu caso é mais útil – imagina uma pessoa que não vejo há 6 meses - mas que é minha amiga; é muito útil. Agora, muitas vezes e durante a pandemia ajudou-me imenso porque não podíamos sair de casa portanto utilizávamos aquilo. Fiz bastantes chamadas em grupo naquela altura.”

Parte dos entrevistados referem a importância das redes sociais na comunicação, no contacto, com ente queridos que não vêm, ou estão impossibilitados de ver há algum tempo. Desta forma, o contacto continua a ser feito, e embora que não seja a mesma coisa do que o contacto presencial, tal acaba por ser útil para manter o contacto e ir reforçando os vínculos relacionais entre os indivíduos.

Repara-se que ao longo que se navega nas redes sociais o diálogo e a produção de conteúdo por parte daquele que era visto como alguém passivo da comunicação passa a ser parte integrante da própria. O facto de “a opinião de um sujeito sem fundamento vale exatamente o mesmo do que alguém que tenha uma opinião fundamentada. (...) se alguém tiver de ler uma opinião mais do que 30 segundos, passa à frente, sinto um bocado essa tendência em mim e tento contrariar, porque nada é explicável em 30 segundos.” A fragmentação da comunicação é algo salientado pelo Romão como algo a combater dentro do panorama das redes sociais, devido à procura da facilidade, da rapidez, e para

ele isso não é possível de se fazer quando se trata de questionar algum assunto que requeira discussão.

Para o José o pré e o pós criação de redes sociais no que toca ao processo de socialização acaba por ser definido pelo próprio como “complicado falar, porque a pessoa que era quando começo a usar redes sociais tinha 12, 13 ou 14 anos era totalmente diferente, não só pela idade, mas também pelas experiências.

101.4 – O papel das redes sociais na socialização

Dito pelo Carlos, no que toca à sua vida pessoal considera que o *online* condiciona a socialização dando como exemplo: “duas tentativas de criar um grupo no *WhatsApp* com os meus filhos e a minha esposa, mas há sempre alguém que está *out*”, acabando por rematar que quando quer falar com alguém “pego no telefone e ligo”. Quanto mais próximo é o relacionamento, mais facilmente surgem ideias ou o estabelecimento de objetivos conjuntos; permitindo que os relacionamentos próximos formados por intenso contacto, ou seja, laços fortes entre pessoas próximas, exigem reciprocidade, confiança e envolvimento emocional (Ahuja, 2000), algo que a *internet* acaba por não permitir.

Na medida da interação social cara-a-cara, para a Inês “as pessoas continuam a conviver na mesma, se calhar até se relacionam mais porque é uma das vantagens das redes sociais. As pessoas estão mais próximas, não quer dizer que tenham relações mais profundas, mas estão mais próximas”

Para o Nelson no contexto pessoal “alguém diz uma opinião e consegue-se ver as expressões faciais e não levar muito ao extremo, enquanto nas redes sociais alguém diz uma coisa e só porque não se exprime pelas palavras certas interpreta-se uma coisa que é completamente oposta ao que a pessoa está a dizer. Diria que é se calhar o ponto negativo que a socialização dá muito mais, que é a parte empática no frente-a-frente.” Esta intervenção vem trazer ao de cima que a linguagem é um ponto fundamental na parte comunicativa quer dentro das redes sociais, quer fora delas, pese embora que no contexto pessoal é relativamente mais fácil perceber a mensagem que a outra pessoa está a transmitir.

Janverpaa e Lang (2005) chegaram à conclusão de que o impacto positivo e negativo da tecnologia dos *smartphones* cresce à medida que novos lançamentos surgem no mercado. Concluíram ainda que, apesar da tecnologia móvel ter aumentado a possibilidade de conectividade, também gera uma série de situações conflituosas e não previstas anteriormente. Já para Mazmanian *et al.* (2006),

ao chegarem à conclusão aquando do estudo das implicações sociais associadas ao uso de tecnologias móveis, identificaram três tipos de dualidades conflituosas vindas associadas ao uso dessas tecnologias, que são elas os fatores de continuidade, engajamento e vício.

Numa simples situação de convívio de café, para o Hugo “estavas numa mesa e tinhas de falar com as pessoas, tinhas de socializar senão era um silêncio. Neste momento não consegues estar com pessoas na mesa 2h em que ninguém vá pegar no telemóvel”. Para melhor ajudar a compreender o papel das redes sociais no processo de socialização o Hugo conclui da seguinte forma: “é mais difícil socializar pessoalmente, ou estás mais habituado a socializar no telemóvel que nem sequer dás valor ou dás aquela atenção como davas antigamente”, mas reitera que também há coisas boas nesse processo de socialização através das redes, que são “comunicar com familiares que estão fora; uma vídeo chamada ou uma mensagem, por exemplo (...) nesse aspeto a *Internet* é espetacular, porque consegues manter contacto com pessoas que se calhar noutra altura nunca mais ias falar, ou então mandavas uma carta sem ter certeza se vai chegar.”

Para a Rita, a necessidade de gerir uma equipa de trabalho permitiu-lhe que as redes sociais tivessem um papel preponderante para trabalhar, pois para alguém que se considera envergonhada por natureza, o trabalho a partir das redes sociais vieram deixá-la mais à vontade, e conforme a própria refere “fazer diretos para as redes sociais acaba por no contexto pessoal me deixar mais à vontade, se calhar se estivesse de estar com alguém da equipa já estava mais à vontade. Acaba por interferir no pessoal. Vou-te dar um exemplo: a Cláudia Andrade – uma rapariga da minha equipa – nós fazíamos muitas chamadas de *Facebook*, outro dia estive com ela e parecia que já a conhecia há muito tempo. Não houve aquele constrangimento, se calhar se não fosse pelo digital o convívio e a interação eram diferentes”.

Para o Romão o que se passa nas redes sociais acaba por ser uma ilusão, citando o próprio: “a ilusão é que tens muitos amigos: gente com quem possas partilhas as tuas fragilidades, que é mentira. A outra ilusão é saberes como está o outro, que também é mentira. Grande parte das pessoas cria uma máscara através das redes sociais. Estão sempre em ótimos restaurantes e a vida deles é sempre ótima: também é mentira.” A socialização através das redes passa-se, segundo o Romão, por passar algo que seja sempre positivo, mesmo quando as coisas não estão bem com cada usuário que passe essa impressão.

“Conheci pessoas em fóruns que ainda mantenho relacionamentos próximos, e que me moldou devido uma recomendação de um livro, de um filme de um álbum...” Neste sentido as redes sociais foram um canal importante para o José fazer a sua construção enquanto indivíduo e enquanto alguém receptivo a novas experiências e com isso ganhar outra visão acerca da vida. Segundo o próprio entrevistado “se não tivesse acesso às redes sociais de uma forma mais hipotética e não como aconteceu, acho que crescer para bem ou para mal ia acontecer. Se tivesse acesso às redes sociais com 30 anos, talvez numa fase final de desenvolvimento já conseguia fazer uma retrospectiva mais assertiva. Talvez não fosse exposto a tantas opiniões e perspectivas diferentes da vida. Talvez fosse uma pessoa menos tolerante.”

10.2. A questão da cibersegurança: A Dualidade Entre a Liberdade Online e a Extração de Dados

Para se navegar na *internet* o utilizador paga um preço por isso, pese embora a fatura mensal que tem de pagar pelos serviços disponibilizados pelas operadoras, o mundo virtual não se restringe apenas ao que cada operadora cobra para trazer o serviço *online* às casas de todos nós. Para navegar nas redes sociais apenas se necessita de criar uma conta e dar alguns dados para poder aceder a tal, no entanto, o preço a pagar para a navegação e criação não passa por ser em numérico, mas bem pior do que isso: são extraídos dados aos seus utilizadores, de modo que sejam usados para algum tipo de análise – quer seja política ou comercial – onde as empresas compram aos donos e gestores das redes sociais.

Já anteriormente nesta dissertação se falou acerca do escândalo que ocorreu entre o *Facebook* e a *Cambridge Analytica*, o que provou e trouxe ao de cima que a cibersegurança é um tema que necessita de ser melhor estudado e também de ser uma prioridade para as entidades reguladoras de segurança mundial, nomeadamente os Estados.

10.2.1 – Os anúncios publicitários, os dados e o algoritmo

No papel de entrevistada, sempre que a Rita vê anúncios nas redes sociais assume que nem sempre lhe interessam, segundo a própria: “estão no 50/50, nem muitas vezes não me interessa. Também quando estou no Facebook nem sempre estou a navegar, estou mais a falar com a equipa, portanto acabo por não ver tantos como se calhar a maioria das pessoas vê.”

Aquando questionada se os anúncios que vê nas redes sociais vão ao encontro dos seus gostos, a Inês não hesita e responde: “completamente! Até já tive de me forçar de seguir páginas que nem me identifico tanto, isto mais a nível de política. Sigo pessoas de outro quadrante político não só para “desvincar” o algoritmo, mas também porque me interessa ter vários *inputs*. A nível de anúncios comerciais é assustador. Os anúncios são um abuso, constantemente caem anúncios com as últimas pesquisas que fiz e as coisas que mais gosto.”

Se os dados dos utilizadores forem extraídos através de uma publicação feita através das redes sociais há quem não se importe, como é o caso do Romão, “se publico algo e esse algo é para o publico em geral tenho de estar preparado. Nota-se que quando uma pessoa procura alguma coisa a publicidade é muito focada, e isso... Nós não somos indivíduos para essas empresas, somos um conjunto de interesses e de potenciais compradores de algo”.

Ora o algoritmo que levou o Romão a ver o modelo de sociedade que concordava através do Facebook, parte pela análise de dados que a Cambridge Analytica operou na campanha pró-Trump, em que dava ao seu utilizador aquilo que ele queria ver. Derivado a este fator é possível fomentar a criação de tribos, pois iremo-nos relacionar com pessoas que têm os mesmos interesses do que nós e com isso estabelecer um vínculo emocional e/ou relacional, o que leva à premissa de que a liberdade na *internet* é condicionada pelo uso dos dados dos utilizadores, mas não ficamos por aqui relativamente à opinião dos entrevistados.

Para o Hugo a extração de dados online é um assunto com algum dualismo: “se queres fazer parte de uma rede social tens de obrigatoriamente de dar os teus dados, mas para fins políticos acho errado, para cenas comerciais até acho que não porque ajuda. Tu sabendo a partir do momento que gostas deste tipo de coisa e aparece publicidade de coisas que tu gostas, mas se calhar também podes ser manipulado.” Portanto para o Hugo é um dilema, porque em parte concorda com a extração para fins comerciais porque ajuda o utilizador a ver mais artigos de que gosta ou com os quais se identifica, por outro não concorda por ficar muito manipulador. Quanto aos anúncios, assume também que quase todos os anúncios que lhe aparecem nas redes sociais vão ao encontro dos seus gostos. “Não é por aparecer uma página que vou clicar, mas acho que no Google, recebo notificação de resultados de jogos, provavelmente devido às pesquisas.”

A *internet* é livre, mas ao mesmo tempo paga-se com outras coisas. Para o Nelson “ninguém dá nada de borla, e se calhar o facto de haver publicidade é o que permite que tenhamos redes

sociais, isso é bom, porque se calhar alguém que não tem possibilidades tem a mesma possibilidade de ter alguma coisa do que alguém que tem muito dinheiro. Tem é o lado oposto que são os algoritmos. Estamos a chegar a uma sociedade que é de extremos, ou tem uma opinião, ou tem exatamente oposta, já não há o intermédio, e tudo graças a esse algoritmo.”

O algoritmo controla as navegações e como se tem verificado ao longo desta dissertação isso traz coisas boas, mas também coisas más. O Nelson é mais um dos entrevistados a assumir que maior parte dos anúncios que vê expostos nas redes sociais vão ao encontro do seu gosto. Segundo o próprio “Tento filtrar. Muitas vezes noto que como me estão a tentar agradar em demasia aparecem-me informações se calhar um bocadinho falaciosas, e eu como cidadão tento ter essa consciência e é isso que acho que falta à educação, e acho que nos próximos anos vamos evoluir na educação dentro das redes sociais para ter esse filtro e ter espírito crítico.” O processo de socialização é automaticamente influenciado pelos anúncios que vemos, porque quando se trata disso ficamos quase que presos àquela temática em específico, que nos levará, eventualmente, a socializar e ter conversas que sustentem aquele produto, pois segundo Teixeira (2007, p.43) “o anúncio publicitário dever ter como finalidade estimular uma reação, que pode influenciar o comportamento e opinião do público-alvo. O anúncio publicitário pretende causar impacto, tentando convencer através das suas campanhas que os produtos que publicita são fiáveis (...).”

A opinião do Carlos vai ao encontro à do Nelson no que toca à aprendizagem de se saber navegar nas redes; ambos consideram que é necessária uma maior instrução nesse sentido. O Carlos refere que “já há muitos anos defendo que da mesma forma que se ensina a ler devia-se ensinar as pessoas a trabalhar nas redes sociais e perceber aquilo a que estão a dar acesso. O pagamento que se faz para navegar nas redes sociais é dares a tua informação.”

Refere-se aos anúncios que vê como “algo que agrada”, porque os seus gostos são canalizados, tais como os dos restantes entrevistados, para o algoritmo da própria rede social. Para o Carlos “os anúncios que aparecem agradam na maioria das vezes, mas tento não dar grande atenção a isso porque sei que está tudo mecanizado para vender. Às vezes nem reparo que aparecem devido a aparecerem milhares de vezes”.

A consciencialização e o espírito crítico são pontos assentes, para o Carlos, para nos conseguirmos proteger o máximo possível dentro da *internet*, e ele dá dois exemplos relativamente a isso: “o João desliga as informações todas, o João tem o telemóvel meramente em função telefone.

Porque o João sabe como se proteger. Obviamente que fica menos exposto, mas quando os liga, aí claro que se sujeita. É uma situação de alguém que tem conhecimento e usa esse conhecimento para se proteger. Vou-te dar outro exemplo: no aeroporto liguei-me à rede *WiFi* de lá, e a partir daquele momento comecei a receber lixo de todo o mundo, o que eu acho é que eles partilharam o meu endereço a milhares de pessoas. Eu ter ficado com *internet* de graça teve esse custo. Hoje em dia tenho mais cuidado, mas considero-me semianalfabeto, porque não sei ao certo como me hei de proteger. Quando aparecem os contratos, ninguém lê, toda a gente segue em frente.”

Toda a navegação tem um preço, como se tem assistido ao longo desta análise de entrevistas, segundo a opinião dos entrevistados, esse preço é pago através da permissão (embora que de forma quase inconsciente, desleixada ou desconhecida) de dados pessoais.

A era digital trouxe-me variadas questões acerca da ética, privacidade e socialização, e como tal, ainda há muitas questões por responder acerca dos malefícios e benefícios da existência de *internet* e redes sociais. Existe, atualmente, um receio pela partilha dos dados *online*, devido à sua segurança, pelo que citando Veiga (2020, p.48) “ó responsável pelo tratamento dos dados deve adotar mecanismos preventivos de atuações de modo a garantir a segurança dos dados pessoais. Ademais, fica obrigado a proteger os dados contra a sua destruição, acidental ou ilícita, e ainda contra a perda da segurança.”

Para o José a *internet* “tem aquela “cena” de ser livre e compreendo, de certa forma porquê que há esse controlo, por questões judiciais, se calhar dá para descobrir uma rede de tráfico de droga, ou tráfico humano, ou pedofilia e tudo mais. Compreendo porque se faz isso, mas para o cidadão comum acho que isso é um bocado prejudicial, porque acaba por entrar a questão do *marketing* e da manipulação (...) há aquela barreira, porque pensamos que estamos nas redes sociais de forma livre e ninguém nos vai fazer nada, mas até as redes sociais nos pedem os dados pessoais, mesmo que nós não queiramos dar temos de dar, se queremos utilizar.”

Quanto aos anúncios, o José considera que “aceitar os anúncios... Já acho que é tão normalizado que já nem me apercebo como apercebia no início. Talvez por eu ter um *adblock* e acaba por me bloquear maior parte da publicidade e não me apercebo.” Na verdade, apesar do *adblock* ser de facto um software bloqueador de anúncios, tal não evita publicidades de “patrocinados” dentro das redes sociais, e embora o José não tenha falado diretamente de lhe aparecerem anúncios enquanto navega, fez uma correlação entre as pesquisas que faz, e o tipo de anúncio que lhe aparece, e tal não

se encontra correlacionado. O próprio diz: “faço pesquisas de jogos e até vejo um jogo de futebol ou outro e não senti que os anúncios viessem dirigidos a mim no sentido da minha pesquisa feita no imediato”. Com isto, não significa que não veja anúncios, ou que nem se aperceba deles, como o próprio revelou. Todavia os anúncios que diz aparecerem, quando se apercebe deles, vão ao encontro dos seus gostos pessoais.

10.2.2 – Os grupos nas redes sociais e o tribalismo

Às vezes quando a Rita navega “alguém publica uma viagem e quem dera ir para aquele sítio.” No que toca a se inserir em grupos, a Rita concentra-se em estabelecer principalmente a sua concentração em grupos de trabalho que estejam diretamente ligados à sua profissão, porém também está “em grupos de cães e gatos abandonados, tipo a ALAAR (instituição de recolha e apoio a animais abandonados) e assim, de resto é mais da equipa e tudo o que tem a ver com a empresa, que são muitos grupos”. Para aceder aos grupos de animais abandonados, a Rita, encontrou o grupo por sugestão do próprio *Facebook*, o que leva a interagir os seus interesses pessoais com o que a rede social lhe vai apresentar.

Quando a Inês foi questionada acerca da sua opinião relativamente à extração dos seus dados para fins políticos ou comerciais através das redes sociais, a própria reconhece que não tem uma opinião fundamentada acerca do assunto, no entanto, reconhece que apesar disso, e citando a própria: “não consigo entender bem a dimensão disso, e se calhar é esse o perigo. Não sei de que forma os meus dados são utilizados, nem sei o que fazem com eles... Agora, há uma coisa que entendo, que existe todo um algoritmo que é baseado nessa extração de dados com as suas vantagens e desvantagens”. Refere-se às vantagens como sendo ter o acesso “a mais coisas que se gostam e dizem respeito, mas que por outro lado também afunila o pensamento por causa disso, só o facto de mostrar o que se gosta e identifica começa-se a achar que o mundo é assim, e a nível político pode ser muito grave, pelo algoritmo remeter para essas ideologias, e começa-se a achar que o mundo é todo assim e só se pensa dessa forma. Precisamente por se ser vítima e refém do algoritmo.”

Existe uma preocupação da parte da Inês – embora assuma que não consegue entender a dimensão do que se trata o uso dos seus dados nas redes sociais – em ficar desconfiada relativamente a isso, sendo que está longe de ser a única pessoa com este tipo de preocupação, conforme refere Valente (2019, p.104) “a preocupação dos usuários com a privacidade e com as informações pessoais fornecidas aumentos, os mecanismos da plataforma para disponibilizar e coletar os dados (...) fazendo

com que a disponibilização dos dados pelos possuidores de conta tenha aumentado.” A lógica é que os dados dos utilizadores fiquem muito mais propensos a serem vendidos, tanto por causas comerciais ou políticas, o que revela o surgimento de uma preocupação acentuada para esta causa/efeito de navegar nas redes sociais.

Quanto questionada acerca das experiências vividas por pessoas famosas ou contas que veja diariamente a postarem informação nas redes sociais, a Inês considera que gostaria de vivê-las também, devido ao facto de “estarmos próximos das vidas das outras pessoas, que podem ser verdadeiras ou não porque cada um mostra o que quer, e estando próximos disso obviamente que desperta algo em nós e um pensamento de que se for algo bom também o vamos querer fazer.” Estes *posts* influenciam, inevitavelmente, os internautas que têm acesso aos próprios, pois o algoritmo volta a mostrar o que se quer ver, e o mesmo se aplica aos grupos que são criados nas redes social *Facebook*. Quando perguntei à Inês se está inserida em grupos e se esses grupos lhe foram sugeridos pela rede social, ou ela própria partiu à pesquisa responde que: “não estou muito nos grupos. Os que uso até são mais de trabalho, mas nos públicos estou num de astronomia e foi o *Facebook* que me sugeriu”. Confessa fã de astronomia, nada surpreendeu a Inês quando o *Facebook* lhe sugere um grupo daquela temática, conforme a própria “não fiquei nada surpreendida por me ter aparecido aquela sugestão no *Facebook*, aliás, já era de esperar algo do género”.

Esta perspetiva revela que o Romão se encontra ciente do que se passa para lá do pequeno ecrã, no entanto considera vantajoso, no meio das desvantagens todas por trás, uma vez que se insere em grupos da universidade, da malta do futebol, de advogados, de amigos, e grupos relacionados com a vila de Arcos de Valdevez. Assume que alguns deles encontrou através de sugestões das redes sociais, mas que há outros em que recebeu convites de amigos. “A fonte, para mim é importante para me inserir num grupo. Nas eleições autárquicas o meu *Facebook* operou como uma bolha. Só nos mostra o que queremos ver, dava quase a impressão de que o mundo estava quase de acordo com aquilo que eu pensava, quando na realidade não é assim.”

Para Maffesoli *apud* Corrêa, a noção de neotribalismo ou tribalismo é caracterizada pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão, independente do interesse e da finalidade do encontro. “Tudo o que liga ao presenteísmo, no sentido da oportunidade, tudo o que remete à banalidade e à força agregativa, numa palavra, à ênfase do *carpe diem*, hoje renascente, encontra na matriz estética um lugar de eleição”. (Maffesoli, 1996, p.55)

Tal como os outros entrevistados até ao momento o Hugo também se insere em grupos de *Facebook*. “Estou dentro de grupos de jogos *arcade*, jogos de consola, mas não sou muito ativo, já pouco uso o *Facebook*.” Os grupos foram-lhe sugeridos pela própria rede social, sem ele ter de fazer a pesquisa no motor de busca. “Este grupo vai ao encontro dos meus gostos, tal como outro qualquer em que me insira.”

As redes sociais são um gestor de emoções, pois segundo o mesmo entrevistado “não se sabe o que pode aparecer, portanto, não sabes o que uma pessoa pode postar. Quando estou a navegar sinto-me bem, se for de felicidade, se vir uma notícia negativa naturalmente que me deixa em baixo.” O sonho comanda a vida, e através do sonho vêm os objetivos, e o que a maioria dos entrevistados diz relativamente à visualização de *posts* que demonstrem viagens, é que consensual que se revêem a fazer aquilo, no entanto, segundo o Hugo, “é preciso teres capacidade monetária para esse tipo de coisas, ou mesmo disponibilidade de tempo.”

Em termos profissionais a inserção dentro de grupos de Facebook, ajuda muito, e segundo o Nelson “tenho grupos de desporto, tenho lá uma turma e consigo passar a informação muito mais rapidamente. E em termos de eventos, em termos de organização é muito mais fácil. Toda a gente tem acesso, já não existe a chamada individualmente, isto em organização de eventos, de resto não utilizo muito.” O Nelson assume-se um agente passivo dentro dos grupos com maior quantidade de pessoas, em que retira as ideias e lê as opiniões. Curiosamente esses grupos são encontrados através de sugestões de amigos, ao contrário da maioria dos entrevistados.

Para o Carlos a inserção em grupos de redes sociais, dá-se através de sugestões de amigos, que o fazem presencialmente, ou através de pesquisas que o próprio faz, embora reconheça que muitas das vezes lhe aparecem sugestões de grupos que vão ao encontro dos seus gostos, como é o caso da apicultura. Para ele, nas redes sociais “há pessoas com comportamentos tão primários, e irrefletidas, e são contraditórias, depois quando estão presencialmente a reação que eu tenho é de estupefação. Mas também há coisas residuais, e boas, que é ver comentários pertinentes onde se vê algum tipo de resolução para alguma coisa. Gostava que as pessoas pensassem mais.”

Quanto ao tipo de grupos que o José utiliza dentro no Facebook assume-se híbrido relativamente à forma como chega até eles: ora através da própria pesquisa, ora através de sugestão das próprias redes sociais. Citando as palavras do próprio: “seguia uma página de ciclismo no Facebook onde acabaram por fazer a criação de um grupo para o pessoal falar acerca dos temas que

lhes interessasse. Também já entrei em grupos onde pesquisei o conteúdo. Em geral os grupos sugeridos nas redes são costume entrar porque não me interessa para nada. Entrei uma altura naqueles grupos de procurar casa e mal consegui arranjar casa saí, mas durante esse tempo apareciam-me imensas sugestões de grupos de procurar casas. Também entrei num grupo para adotar um cão, e nos dias a seguir era só sugestões com esse conteúdo.” O algoritmo fez o seu trabalho ao dispor ao José o tipo de informação que ele andava a procurar na altura, portanto a seleção de conteúdos a mostrar nos *feeds* das redes sociais passou a ser mais restrita, endereçando-o nesse sentido.

A navegação dentro das redes sociais, para o José, é algo o deixa a querer ter algumas das experiências que visualiza, assume que “gostava de ir ver um evento da WWE, ou de uma volta de ciclismo, ou de um jogo da NBA. Claro que se vir que alguém posta alguma informação dessa, gostaria também de o fazer, mas não idolatro ninguém porque o ser humano é tão complexo... (...)” Apesar de assumir que gostaria de fazer algumas das coisas que lhe são disponibilizadas via redes sociais, o próprio assume que nem sempre o que lhe aparece gostaria de fazer, menos algo visto de pessoas famosas, porque também reconheceu que existe um estatuto que traz sempre algum capital, e portanto segundo ele “já se sabe que alguém que tenha mais posses, vai poder sempre usufruir desse tipo de atividades.”

10.3. Estado e instituições: o papel na proteção de dados

Para a correta regulação da sociedade em regimes democráticos, o Estado de Direito, deve exercer as suas funções no panorama político, económico, social e judicial. Para os dados dos cidadãos se encontrarem salvaguardados o Estado deve defendê-los, e isso requer a regularização de diferentes mecanismos após o advento das redes sociais. Por vezes acontece a fuga da informação, e “para que possa ser desencadeada a responsabilidade das entidades públicas por violação de direitos (...) é necessário verificar a conexão entre o exercício de funções públicas e ações ou omissões lesivas para os cidadãos” (Amorim, 2017, p.18).

Os meios de comunicação social caracterizam-se por poder descredibilizar a democracia devido à facilidade com que se entra nos perfis dos usuários nas redes sociais e se extrai os seus dados. Para a Rita “a democracia se encontra ameaçada, porque há cada vez mais peritos a roubar

dados e a entrar nos sistemas e nos programas”, o que faz com que necessitemos de ter um maior cuidado com o que pomos na *internet*.

No que toca ao papel do Estado na proteção de dados a Rita é mais assertiva, referindo que acha que “podiam fazer mais para nos proteger. Mas, não sei até que ponto alguns *hackers* podem encontrar os nossos dados. Mas continuo a achar que o Estado podia fazer mais.” Este sentimento de ameaça relacionado com o *hackeamento* é muito complicado de se gerir, daí ser necessária dar uma maior atenção para a segurança cibersegurança. Os ataques geralmente constituem-se por “meros instrumentos de práticas criminosas, que refletem os interesses associados a indivíduos ou organizações, defendidos à margem da lei, com base em agendas económicas, ideológicas ou de qualquer outra natureza” (Rodrigues, 2016, p.12)

10.3.1 – Ameaças à democracia no digital

Para a Inês o regime democrático encontra-se em parte ameaçado, porque temos sempre que se abre qualquer coisa no *Facebook* temos “de estar sempre a aceitar os *cookies*, não há escolha, hoje em dia, tu tens, permanentemente, de aceitar tudo, se não, não consegues visitar nada. E isso é uma pouco ou nada democrático, porque uma pessoa tem de ter essa escolha.” Acontece que se queremos visitar qualquer plataforma *online* o utilizador é, de facto, parcialmente obrigado a aceitar os *cookies* que a Inês refere, caso contrário o acesso é parcialmente impossível. Não existe liberdade de escolha.

Quando questionada acerca das políticas de privacidade, a Rita acaba por ser um pouco leiga na discussão do tema assumindo meramente nesta questão o papel dos bloqueios de contas nas redes sociais que utiliza “no *Instagram*, nunca fiquei bloqueada. No *Facebook* já tentaram entrar na minha conta, já fiquei várias vezes bloqueada, até já me eliminaram a conta; e no *Instagram* nunca tive problemas nenhuns, não sei porque é que isso acontece. E acho que são restrições que não têm tanto a ver com segurança, mas com aquilo que nós fazemos.”

O discurso de ódio é, para a maior parte das pessoas, algo de desagradável, e para tal ser evitado a Inês defende que deve existir uma legislação nesse sentido, pois citando a própria: “falta legislação nisto das redes sociais, porque isto começou como um mero passatempo, mas agora faz completamente parte da nossa vida. Nós temos uma vida real e física, mas também virtual e essa também muito importante. É possível haver esse controlo e penso que deve haver um controlo muito maior a nível do discurso de ódio, se calhar, através da captação de determinadas palavras e

expressões e banir essas pessoas. Acho, que ainda não se sabe bem como reagir em relação a isto, mas sim, tem de haver legislação.” Através dessa legislação vem a defesa do cidadão utilizador de redes sociais da parte do Estado, o que fundamenta um papel importante dentro da área da cibersegurança.

O Carlos considera que a Democracia se encontra ameaçada devido ao facto de as empresas conseguirem “saber muitas informações, e como as pessoas não têm “educação” sobre como se hão de proteger, não sabem... é uma brecha que tem de ser combatida.” A educação pode partir através de vários lugares, mas se a cibersegurança entrar em vigor, o controlo da ética e civilização será facilmente mais controlado, pois com a “Cibersegurança, a selva ainda não dará lugar a um espaço de civilização, mas o ciberespaço, progressivamente, tenderá a tornar-se num lugar mais seguro.” (Rodrigues, 2016, p.4)

Apesar de o Carlos reconhecer que o Estado português defende os dados dos seus cidadãos, reconhece que essa tarefa poderá ser bastante complexa e complicada: “acho que o Estado não protege. Os dados que eu dou ao Estado, e que o Estado só os usa para eles, tenho uma confiança grande. Eu acredito que os dados que eu dou ao Estado, ficam dentro do Estado. De uma forma geral, eu confio. Mas, como há fugas em empresas, às vezes também acontecem acidentes. Acho que o Estado Português não anda a partilhar os meus dados.” Apesar de confiar no Estado para salvaguardar e proteger os seus dados, reconhece que pode haver uma fuga de informação accidental.

O Nelson considera que a Democracia se encontra ameaçada, e faz uma análise, que correlaciona o algoritmo patente nas redes sociais e o próprio “gosto” na informação que é disponibilizada ao utilizador. Considera que se se der um “gosto” numa opinião em que se acredita, o algoritmo nos vai levar a ficar mais nos extremos. Segundo ele: “vão aparecer mais artigos, artigos esses que têm como objetivo tu dares “gosto”, ou seja, vão ser em princípio notícias que te vão chocar. E tu vais dizer e vais acreditar que isto é a verdade absoluta e que nós estamos todos enganados e isso vai levar a opiniões extremos. E havendo opiniões extremas e longe do que é a realidade põem em causa a democracia, porque deixa de haver verdades.” Segundo ele, ao deixar de haver verdades inicia-se a propaganda da desinformação e da ténue análise sem espírito crítico de quase toda a informação que nos aparece aquando navegamos nas redes sociais.

A reflexão acerca da defesa por parte do Estado relativamente aos dados dos seus cidadãos é abordada pelo Nelson, pela questão legislativa. Diz confiar nos poderes do Estado para a proteção dos

seus dados, mas considera que tudo isto “é um mundo muito novo, a legislação tem de acompanhar e é algo que demora tempo. Depois, fazer a lei certa é muito difícil, porque há sempre maneiras de dar a volta. O que nós estamos a ver é o Estado a tentar adaptar-se a este novo mundo, mas a *internet* adapta-se muito mais rápido e, se calhar, consegue dar a volta muito mais rápido.” A velocidade com que se comunica na *internet* supera todos os passos que os Governos tentem dar em seu redor, e sendo esta uma questão complicada, o Estado tem de dar mais atenção a esse fenómeno, que é relativamente recente na nossa sociedade.

Para o Romão os acionistas das empresas detentoras das contas de utilizadores nas redes sociais querem ver a sua posição hierárquica salvaguardada e não pensam no mal que possam estar a fazer no que toca a ferir a Democracia, pois a informação que circula nas redes sociais passa de uma forma tão rápida e nefasta que fez com que, segundo refere: “as pessoas desabituarão-se de pensar, têm que estar constantemente a ser estimuladas. E o estímulo constante impede-te de tu, com base na informação que tens, pensares e refletires”. A falta de espírito crítico condiciona a aprendizagem e o crescimento enquanto seres humanos – tanto a nível individual, como coletivo – o que leva a uma alienação do que vemos, e daquilo que todos nos querem passar. Grande parte da alienação nas redes sociais vem das *fake news*, em que “os sites que compartilham notícias falsas mantêm-se firmes na produção de conteúdos graças aos cliques da audiência, e a divulgação de *fake news* acaba sendo incentivada pela publicidade. Gigantes da tecnologia, como *Google*, *Facebook* e *WhatsApp* já estão desenvolvendo mecanismos para combatê-las, incluindo o banimento de páginas que divulgam essas notícias” (Reis, 2018, p.2).

Para o José a referência à Democracia e manutenção das redes sociais e dos seus dados, por parte do Estado é inserida parcialmente na mesma fatia, quando refere que “os Estados têm mais oportunidade para prevenir, vão ser acusados de estar a tirar a liberdade e a privacidade da *internet*. A Democracia pode estar ameaçada por causa de haver pouca intromissão do Estado nas redes sociais. Mas, se não fizer nada, também pode ficar demasiado anárquico, ao ponto de não haver quase regras concretas.”

Na opinião do Hugo, a opinião é clara relativamente ao regime democrático se encontrar ameaçado pelas redes sociais. Usando o exemplo das eleições dos Estados Unidos da América, onde estourou o escândalo da Cambridge Analytica refere que “umas eleições foram ganhas, à partida, com manipulação de dados, podes dizer que, se calhar, a democracia não está bem a salvo. Porque, se

consegues fazer isso a quem governa um país, ainda por cima tão grande como os EUA, durante 4 anos, é governado com uma falha no sistema em que tu consegues controlar em que é que as pessoas pensam e votam.”

Quando o questiono acerca da confiança que tem no Estado para a manutenção correta dos seus dados pessoais, responde-me da seguinte forma: “eu tinha a confiança toda, mas desde que foram partilhados dados confidenciais para a Rússia, ficas um bocado a pensar, o que é que é confidencial ou não. Mas, nunca pensei muito nisso, porque eu nunca tive problemas em aceitar os termos e condições de qualquer site ou de partilhar dados.”

10.3.2 – Políticas de privacidade nas redes sociais

Existe uma falta de conhecimento que se tem vindo a reparar ao longo das entrevistas acerca das políticas de privacidade que os gestores das redes sociais definem para os seus utilizadores. A Inês assume-se assustada, por não saber nada acerca desse assunto, diz ela que “é assustador, precisamente, porque eu não sei o que é que acontece. Não tenho noção de como essa questão funciona das de privacidade.

Se utilizamos as redes sociais gratuitamente tem de haver um preço a pagar e alguém a ganhar dinheiro, e relativamente às políticas de privacidade das mesmas, o Carlos não confia nas mesmas, apesar de reconhecer que não as lê diz que: “acho que é muito difícil tu escapares a que os teus dados sejam partilhados, vão sempre encontrar uma forma, não confio. Eu sei que os meus dados estão a ser partilhados.”

Apesar de o Nelson considerar que as empresas como o Facebook têm como primordial objetivo o lucro, e que se houver a hipótese de escolha entre haver a faturação de lucro anual ou de preocupação com o bem-estar da sociedade, naturalmente irão preferir o lucro, apenas posteriormente ao cumprimento desse objetivo é que existe o foco no bem-estar da sociedade. Acaba por considerar que “são um bocado obrigados a ter políticas de privacidade”, devido ao escândalo do Cambridge Analytica.

Relativamente às políticas de privacidade das redes sociais o Romão partilha da opinião do Carlos, e assume que não os lê, dizendo que: “não leio os termos de privacidade e acho que ninguém lê, porque são criptográficos, são muito grandes, são fastidiosos”. Apesar de se encontrarem escritas as políticas de privacidade, quem não lê não as sabe, e não protegem os seus utilizadores “os sítios de redes sociais oferecem aos seus utilizadores uma forma fácil de partilharem informações sobre si

próprios e sobre outros. Porém, muitos utilizadores apercebem-se rapidamente que a informação que pretendem partilhar apenas com os seus amigos pode terminar nas mãos das autoridades, de estranhos, dos meios de comunicação social e do público em geral” (2010, p.393).

No que toca às políticas de privacidade, o José revelou não ser conhecedor das mesmas no papel escrito, tendo acabado por assumir que existem boas políticas de privacidade no Twitter, ao contrário do Facebook, porque “no Twitter é mais fácil as pessoas esconderem-se, porque a empresa não dá nem vende facilmente os seus dados, enquanto no Facebook se não crias um perfil falso toda a gente sabe tudo de ti.” Quanto à veracidade da sua afirmação, não é possível afirmar algo que não se tem uma certeza concreta acerca do assunto, pois o José nunca poderá ter a certeza se o Twitter dá ou não com facilidade os dados dos seus utilizadores.

O Hugo assume que não conhece as políticas de privacidade, pois “nunca as li”. Quando se refere que nunca teve problemas em aceitar os *cookies* também assume que não tem a plena consciência se os seus dados vão ser vendidos para fins políticos, ou económicos. A falta de conhecimento nesta questão leva parte da população a assumir que os dados pessoais poucos valores têm, mas acima da privacidade individual de cada um está uma máquina montada, sempre à espreita de uma oportunidade para fazer render os dados a que se consegue aceder. Há especialistas na matéria que chegam a ir mais longe e defendem que “os dados pessoais são o novo ouro”.

10.4. Sociedade Mais Ligada, Sociedade Mais Fragmentada

Apesar de as redes sociais nos unirem e terem o seu grau de nos fazer interligar uns com os outros à distância de um clique existe também a outra face da moeda, em que se está constantemente a ser bombardeado com tanta informação que acaba por ser um vício aceder às mesmas.

A solidão inerente ao uso das redes sociais pode ser caracterizada como algo que não se resume meramente à componente física, mas à componente psicológica. Estar junto das pessoas fisicamente não invalida que não haja solidão associada a esse momento. A solidão é subjetiva e é um processo necessário, em algumas ocasiões das vidas dos indivíduos. “As pessoas ficam presas em atitudes muitas vezes narcisistas, declaram a falta de atenção e também esperam ser ouvidas e pronunciadas. Uma infinidade de sentimentos aflora e morre nas redes sociais, sem qualquer banho de sol.” (Arcanjo, 2018, p.15).

10.4.1 – Redes sociais: agregador ou distanciador?

A relação que se estabelece via redes sociais pode ter, em alguns casos, uma interferência direta nos relacionamentos de pessoais. Para a Rita esse relacionamento não se altera no caso de serem pessoas mais próximas a ela, todavia reconhece que tal afeta os relacionamentos menos fortes que mantém. Diz que “o meu irmão agora está em França e temos muito mais contacto por existirem redes sociais, se calhar, se não houvesse, não tínhamos. E mesmo com familiares de Braga fazemos muitas video-chamadas e tudo. Acho que com pessoas com quem estou mais habituada, como o meu irmão, acho que acaba por não interferir depois no relacionamento de proximidade, mas se calhar com amigos mais distantes acho que acaba.”

Para o Carlos a comunicação via redes sociais não promove a solidão, porque ele olha para as redes sociais como um mecanismo de pesquisa, assumindo que para comunicar diretamente com as pessoas usa o telefone. Citando-o: “o *Facebook* não facilita nada a relação com os meus filhos ou com os meus sobrinhos, porque eu não uso aquilo para comunicar, para comunicar eu uso os canais de comunicação como o telefone”. A velocidade de comunicação através das redes sociais é um fator de preponderância na sua utilização, que segundo o Carlos, “não afeta os relacionamentos de proximidade”.

Assumindo que pouco interage nas redes, para o Carlos o contacto que tem nas redes sociais através de qualquer tipo de interação não influencia os seus processos de socialização, porque, como ele diz: “a interação que há não me faz correlacionar praticamente com ninguém, porque raramente o faço.”

Para a Inês existe o sentimento de distanciamento para com quem está diretamente com ela no âmbito pessoal, conforme refere: “O que eu acho que acontece é que as redes sociais conseguem aproximar quem está longe, mas afastam quem está perto. Coisas tão simples como, por exemplo, estarmos todos juntos numa sala em família e eu estar a falar com amigos meus do Porto, mas, se calhar, estou mais longe naquele momento de toda a gente que me rodeia e está ali de facto.” O exemplo dado pela Inês é claramente o que acontece com muita gente que nos rodeia. Eu próprio já me assumi tanto no papel dela, como no papel das pessoas que estiveram com ela nesse contexto em que se desligou do ambiente que a rodeia para ir para as redes. Assume-se portanto, que segundo o relato da Inês existe uma maior preponderância para quebrar ligeiramente os contactos que existem na vida real.

Para o Nelson as redes sociais são bons canais de comunicação, devido à facilidade de acesso, no entanto não substituem o contacto pessoal, e mesmo ele próprio acredita que com o surgimento das redes sociais existe propensão para a solidão. O Nelson disse que “às vezes, temos a possibilidade de estar com as pessoas pessoalmente e como a facilidade de falar com elas via redes sociais, achamos que isso pode substituir. Nada substitui o pessoal, a meu ver. As redes sociais podem ser uma ferramenta para diminuir a falta do pessoal, mas não podemos achar que isso vai substituir, de alguma forma, o contacto pessoal.”

O Romão partilha de uma opinião relativamente parecida com a do Nelson no que toca à solidão vs. redes sociais. Diz que não há substituição possível do pessoal através do digital, mas que isso é um mal menor: “É mais satisfatório o contacto ao vivo, mas encaro como um paliativo, quando não consegues, seja por constrangimentos de tempo, financeiros, geográficos.

Alguns entrevistados dão o exemplo de familiares que estão longe e, que graças às redes sociais, torna-se possível comunicarem. O Hugo partilha dessa opinião, dando como exemplo o caso do seu irmão. Refere que: “a mim ajudou-me bastante, quando o meu irmão foi para o Algarve, que é longe, e ajudou-me bastante a comunicar com ele. Mas, quando estou com ele, a relação é como sempre foi. Imagino que se não houvesse redes sociais nem contactasse com ele todos os dias, que quando estivesse com ele haveria um sentimento mais forte e mais temas de conversa.” Embora consiga estar mais perto do que se passa na vida do irmão graças às redes sociais, também reconhece que, na eventualidade de não existirem, quando estivesse com ele o tipo de interação seria diferente do que é atualmente, pois as redes sociais acabam por nos fazer sentir mais perto das pessoas que queremos.

Para o José a consideração acerca da socialização virtual e real, é considerado como algo que quebra um pouco o contacto entre as pessoas, pois conforme ele diz: “na casa dos meus avós, por exemplo, via televisão, mas estava a ouvir atentamente tudo o que eles diziam. (...) Agora, quando estou no telemóvel e nas minhas redes sociais, estou um bocadinho desligado deles.” Acaba por revelar que também pausa o telemóvel e que conversa com os avós, mas que esta facilidade de aceder às redes sociais acabou por o “desligar” mais um pouco do que é a sua socialização com a família.

10.4.2 – Relações para a vida real?

O relacionamento virtual, apesar de desmembrar alguns contactos de proximidade com as pessoas que vivem numa distância física relativamente perto umas das outras, ajuda a fomentar laços entre pessoas que se encontram a uma distância mais longa. Para a Rita isso aconteceu no contexto profissional, até porque partilha as mesmas preferências com a pessoa em questão devido ao contexto onde se encontraram, e assume mesmo que esse convívio nas redes sociais afetou de forma positiva o convívio na vida fora dos ecrãs: “Já aconteceu até de comentar fotos relativamente à minha empresa e conhecer outras diretoras que não conhecia, nunca tinha falado e nunca as tinha visto, por exemplo, e criar-se ali uma ligação. Agora, se calhar, nos eventos, como já conheço, já vou lá falar com elas, enquanto antes passava por elas e nem sabia.”

Inês - A Inês assume que entra em alguns grupos nas redes sociais, mas que esses grupos não a fazem manter qualquer tipo de contacto com as pessoas lá inseridas na vida real, embora partilhe gostos em comum, diz que: “o contacto que tenho através dos grupos dá-se maioritariamente com pessoas que conheço ou com quem trabalho. Nunca fiz amizade com ninguém que tivesse conhecido num grupo de uma rede social”.

Nos grupos das redes sociais, o Nelson, ao contrário da Rita, refere que não cria laços com as pessoas. Enquanto navega no Facebook o máximo que faz é ver o que está no *feed*, que mesmo assim poderá levar a uma conversa, mas no âmbito pessoal, como ele referiu: “se for alguém que eu conheço que diz a sua opinião, sou capaz de contrapô-lo pessoalmente. Se eu não conhecer, raramente faço conversa com a pessoa, ou nunca, mesmo que o tema me interesse.” Assume-se com esta avaliação que o Nelson não socializa através das comunidades que se insere nas redes, na sua vida pessoal.

Comparativamente à Rita, o Romão também estabeleceu contacto na vida real através de grupos em que se envolveu no Facebook. Segundo ele: “Já aconteceu, mais pela política e dentro da esfera das ideias políticas semelhantes”. O facto de o fator político se tornar num veículo comunicativo, e até de estabilizador de amizades ou inimizades, faz com que os valores que os indivíduos defendem venham ao de cima, e que faz deles frutos das suas preferências e emoções, levado posteriormente à comunicação entre ambos.

Para o Hugo uma amizade que se inicie na *internet* acaba por ser algo raro de se verificar, ou trazer para vida real. “No *Twitter* tenho mais facilidade, porque sigo pessoas que têm os mesmos gostos do que eu e consegues sempre ali fazer uns comentários e trocar opiniões, mas nada de estabelecer contactos de amizades, acho que raramente acontece.” O Hugo canaliza maior parte das suas atividades nas redes sociais para o *Twitter* – assumindo mesmo que o próprio tenta filtrar o máximo possível do que pretende ver e acompanhar. Apesar de fazer o esforço para filtrar a informação, e confessar que troca um comentário com alguém de vez em quando na rede, tal nunca se traduz para a vida real.

O José referiu que já se relacionou em fóruns dentro da *internet*, que até o fizeram a ter uma discussão saudável com as pessoas acerca de temas que interessavam a ambos, e que até conseguiu mesmo estabelecer uma amizade. Já Bauman (2004) defendia que a modernidade líquida traz consigo uma fragilidade que esbarra diretamente nos laços de relacionamentos humanos, que segundo o José são “frágeis devido aos tempos que vivemos”, mas que ao mesmo tempo existe a consideração de que já esteve com pessoas no contexto presencial que conheceu nas redes sociais. Citando-o: “eu acabei por falar com imensas pessoas e já estive com algumas dessas pessoas presencialmente, mas só tenho uma relação ou duas que posso considerar de amizade e proximidade.” Só o facto de ter relações de amizade e de proximidade com pessoas que conheceu nos grupos pode ser considerada uma vitória de algo positivo que as redes sociais trouxeram até si.

11. Conclusão

Ao longo desta dissertação fiz um paralelismo entre os primórdios, do que foi o desenvolvimento inicial da sociedade: desde as várias formas de comunicar até ao simples ato de pegar no telemóvel e aceder à *internet* quase de forma instantânea. Para comunicar, compreender, globalizar e conhecer a sociedade como conhecemos hoje foram necessários grandes progressos, grandes desenvolvimentos e grandes avanços na evolução.

Aprendemos muito com os nossos antepassados, pois foi graças a eles que a sociedade se começou a organizar no que toca ao seu processo evolutivo: desde a comunicação através da escrita, até à descoberta do fogo; desde a construção de abrigos, à descoberta de matérias-primas para a caça e a pesca; desde o uso de peles de animais para fazer as suas roupas, desde a agricultura à pecuária. À medida que houve o desenvolvimento do Paleolítico ao Neolítico variadas formas de descobrir e avançar no progresso técnico foram descobertas e abordadas.

Os Descobrimientos marítimos contribuíram, e muito, para a globalização, visto que só se pensava que o planeta apenas era constituído por Europa, África e Ásia. O mercado foi fortemente influenciado pelos Descobrimientos, que permitiu a trocas, entre matérias-primas, especiarias, e tecidos de países para países. Já desde esse tempo se iniciaram processos de exportação e importação, não obstante a divulgação da língua dos países colonizadores aos países colonizados. Todos estes processos levaram a transformar o globo e a trazer consigo o desenvolvimento da sociedade.

Para se conseguir ter um estilo de vida moderno, foram necessárias reinvenções nos sistemas de produção: foi aí que entrou Ford com o Fordismo, Toyoda com o Taylorismo, e Chavanmco com o Volvismo. Estes modelos de produção transformaram a sociedade, o seu consumo e o mercado. A forma de estar aquando estas revoluções pioneiras na tecnologia e organização do trabalho permitiu um novo advento no planeta: a velocidade e o consumo.

As redes sociais são caracterizadas por serem fáceis de mexer, aditivas, e um ex-libris na comunicação atual. Substituíram vários meios de comunicação antigos: do fax ao telegrama, por exemplo. Nelas é possível reencontrar o conceito de “tribo” trazido por Maffesoli, e assim criar toda uma dinâmica à volta da comunicação e interação, com consequências e vantagens na organização estrutural da sociedade.

O escândalo que ocorreu com o *Facebook* e a *Cabridge Analytica* foi um tema que insisti e explorei com afinco nesta dissertação, por achar que tal viola todos os princípios éticos e de conduta

que o Ser Humano deve ter, em virtude de um objetivo final. O que aconteceu foi: não olhar a meios para se atingir os fins.

Os dados pessoais dos utilizadores de redes sociais são, definitivamente, o “novo ouro” dos nossos tempos; com eles faz-se a manipulação da informação que se quiser, quer para fins comerciais, quer para fins políticos.

Usando o desenvolvimento da comunicação e da sociedade, desde a pré-história até à atualidade consegue chegar-se ao ponto das redes sociais: objetivo meu durante esta dissertação.

Chego, portanto, à conclusão, segundo a minha amostra de entrevistados e após análise das mesmas, que a *internet* influencia nos processos de socialização da geração mais jovem, porque já cresceram com as redes sociais “entranhadas” neles, porém no caso da mais velha essa diferença não foi significativa devido a haver a ligação interpessoal acima do online. A navegação nas redes sociais também é um produto do que gostamos, do que o algoritmo dita e, portanto, segundo os entrevistados, a maioria dos anúncios que lhes aparece no *feed* vão ao encontro dos seus gostos, tal como os grupos, que muitas vezes são sugeridos e os faz criar uma comunidade à volta do conceito de “tribo”, desenvolvido por Maffesoli.

Os entrevistados, na sua grande maioria, concordam que a democracia se encontra ameaçada por diferentes motivos, nomeadamente devido às redes sociais. Defendem também que confiam no Estado, mas que devia haver uma maior regulação da parte deste relativamente aos dados dos seus cidadãos. As redes sociais também foram abordadas no sentido solitário, onde a maior parte dos entrevistados concorda que de facto é mais fácil cair na solidão com elas, do que sem elas, assumindo ainda que é difícil haver interação na vida real com alguém que se conheça online e que partilhe os mesmos gostos.

Tudo tem um lado bom e um lado mau, e a *internet* não escapa a essa tese. O grande desafio daqui para a frente será observar como se vão desenvolver, e dentro dela, as redes sociais.

12. Referências Bibliográficas

- Ahuja, G. (2000). Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. *Administrative Science Quarterly*, 45, 425-455.
- Andrade, D. (2018, Março 20). A perfeita máquina de manipulação. *Publico*. Acedido a 21 de julho de 2019. Disponível em: <https://www.publico.pt/2018/03/20/tecnologia/noticia/a-perfeita-maquina-de-manipulacao-1807270>
- Amer, K. & Noujaim, J. (realizadores). (2019). Nada é privado: O escândalo da Cambridge Analytica [Streaming]. EUA: Netflix.
- Amorim, J. (2017). Contributos para uma reflexão em torno do conceito de Estado de Direito. *E-Revista de Estudos Internacionais do CES-ISCAP*, 5, 1-24. Acedido a 16 de novembro de 2021. Disponível em: https://www.iscap.pt/cei/e-rei/n5/artigos/Jose-Amorim_Estado-de-Direito.pdf
- Arcanjo, B. C. (2018). Solidão e redes sociais: Uma revisão de literatura. (Trabalho de Conclusão de Graduação em Psicologia). Universidade Federal do Ceará, Sobral.
- Arthur, A. (2020, Agosto 24). As redes sociais mais utilizadas: Números e estatísticas. *IEBSchool*. Acedido a 25 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.iebschool.com/pt-br/blog/social-media/redes-sociais/as-redes-sociais-mais-utilizadas-numeros-e-estatisticas/>
- Bauman, Z. (2000). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2004). *Amor líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Becker, S. (1996). The Epistemology of Qualitative Research. In R. Jessor, A. Colby, & R. Shweder (Eds.), *Essays on Ethnography and Human Development. Context and Meaning in Social Inquiry* (pp. 53-72). Chicago: University of Chicago Press.
- Boldyreva, E. L., Grishina, N. Y. & Duisembina, Y. (2018). Cambridge analytica: Ethics and online manipulation with decision-making process. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*, 91-102. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330032180_Cambridge_Analytica_Ethics_And_Online_Manipulation_With_Decision-Making_Process
- Borges, A. P. & Joia, L. A. (2013). Executivos e smartphones: Uma relação ambígua e paradoxal. *O&S*, 20(67), 585-602. Acedido a 3 de novembro de 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/n6csPXMf4tgghpSMXrmXHsk/?format=pdf&lang=pt>
- Caria, T. (2008). O uso do conceito de cultura na investigação sobre profissões. *Análise Social*, 43(4), 749-773.

- Corrêa, C. H. W. (2005). Uma abordagem teórica sobre a formação de tribos virtuais: Do banal ao intelectual. In Atas do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, Salvador, (pp. 1-12). Acedido a 12 de novembro de 2021. Disponível em: <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/CynthiaCorrea.pdf>
- Dunbar, R. (2006). A História do Homem: Uma nova história da evolução da humanidade. Lisboa: Bertrand Editora, Lda.
- Freixo, M. (2011). Metodologia científica: Fundamentos, métodos e técnicas. Lisboa: Instituto Piaget.
- Friestad, M. & Wright, P. (2005). The next generation: Research for twenty-first-century public policy on children and advertising. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24, 183-185.
- Garfield, L. (2016, Setembro 27). 3 things an MIT scientist learned about how Donald Trumpspeaks by studying his debates. *Business Insider*. Acedido a 17 de fevereiro de 2020. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/how-donald-trump-talks-2016-9>
- Graham-Harrison, E., Cadwalladr, C. & Osborne H. (2018, Março 19). Cambridge analytica boasts of dirty tricks to swing elections. *The Guardian*. Acedido a 13 de Março de 2020. disponível em: <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/19/cambridge-analytica-execs-boast-dirty-tricks-honey-traps-elections>
- Grimberg, C. (1940). História universal: Da aurora da civilização ao crescente fértil. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Gorender, J. (1997). Globalização, tecnologia e relações de trabalho. *Estudos Avançados*, 11 (29), 311-361. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/8TW9fXgDfpK3n37KyjDnpQb/?lang=pt>
- Gouveia, H. (2012). Das Beiras para o Centro: A imagem da região Centro junto dos seus habitantes. (Dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing). The Marketing School, Escola Superior de Aveiro, Aveiro.
- Hamburger, T. (2015, Dezembro 13). Cruz campaign credits psychological data and analytics for its rising success. *The Washington Post*. Acedido a 20 de abril de 2019. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/politics/cruz-campaign-credits-psychological-data-and-analytics-for-its-rising-success/2015/12/13/4cb0baf8-9dc5-11e5-bce4-708fe33e3288_story.html
- Helmore, E. (2018, Março 20). David Carroll, the US professor taking on Cambridge Analytica in the UK courts. *The Guardian*. Acedido a 30 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/mar/20/david-carroll-cambridge-analytica-uk-courts-us-professor>
- Jarvenpaa, S., & Lang, K. (2005). Managing the paradoxes of mobile technology. *Information Systems Management*, 22, 7-23.
- Jiménez, D. (2020). Kaiser, Brittany (2020), La dictadura de los datos. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 122, 183-188.

- Klima, B. et al. (1996). História da humanidade: A pré-História e o início da civilização (1.ª ed. Vol. 1). Lisboa: Verbo.
- Lafforgue, G. (1979). A alta antiguidade das origens a 550 a.C. (1.ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Maffesoli, M. (1996). No fundo das aparências. Petrópolis: Vozes.
- Maffesoli, M. (1998). O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mazmanian, M., Orlikowski, W. J. & Yates, J. (2006). CrackBerries: Exploring the social implications of ubiquitous wireless email devices. In Egos Conference Proceedings, Bergen, (pp. 1-27).
- Meireles, N. (2010). A influência da internet na sociedade portuguesa. (Tese de Mestrado em Sociologia). Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto.
- Miglioli, J. (1996). Globalização: Uma nova fase do capitalismo?. Crítica Marxista, 3, 1-3. Acedido em: 08 de dezembro de 2020. Disponível em: https://www.ifch.unicamp.br/criticamarxista/arquivos_biblioteca/debate16Debate5.pdf
- Neto, C. (2006) . O Papel da internet no processo de construção de conhecimento: Uma perspectiva crítica sobre a relação dos alunos do 3º Ciclo com a Internet. (Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Cidadania e Educação). Universidade do Minho, Braga.
- Nix, A. (2016). Cambridge Analytica: The power of big data and psychographics. Concordia Annual Summit. Acedido a 27 de setembro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCc&t=494s>
- Oliveira, A., Rodrigues, A. L. 6 Reis, L. M. (2018). O poder alienante das redes sociais. In Atas do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre, Belo Horizonte (pp. 1-6). Acedido a 21 de novembro de 2021. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/ueadsl/article/viewFile/14432/1125611904>
- Oliveira, R. & Bueno, A. (2009). Sistema Volvo de produção: Uma evolução na manufatura automobilística ou uma tentativa fracassada de produção sociotécnica? In XXIX Encontro Nacional De Engenharia De Produção, Salvador, (pp. 1-13). Acedido a 25 de novembro de 2019. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_tn_sto_091_615_14658.pdf
- Oliveira, W. (2003a). Observações sobre os fenómenos sociais: Mundialização do capital, pós-modernidade e novas tecnologias. Biblioteca on-line das Ciências da Comunicação. Acedido a 1 de outubro de 2019. Disponível em: http://bocc.ufp.pt/pag/oliveira-walter-clayton-observacoes-fenomenos-sociais.pdf?fbclid=IwAR2fcNpe7MbEeck3FMNip9yCJK7B1_LTQXkTbRiHsS_Xm4pffCTNkREKp6A
- Oliveira, W. (2003b). Observações sobre os fenômenos sociais: Mundialização do capital, pós-modernidade e novas tecnologias. Biblioteca on-line das Ciências da Comunicação. Acedido a 8 de

outubro de 2020. disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/oliveira-walter-clayton-observacoes-fenomenos-sociais.pdf>

Osborne, H. (2018, Março 18). What is Cambridge Analytica? The firm at the centre of Facebook's data breach. *The Guardian*. Acedido a 24 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/18/what-is-cambridge-analytica-firm-at-centre-of-facebook-data-breach>

Ott, B. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. 34(1), 59-68. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/311892973_The_age_of_Twitter_Donald_J_Trump_and_the_politics_of_debasement

Pardal, L. & Lopes, E. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Lisboa: Areal Editores.

Pequenino, K. (2019, Julho 24). Cambridge Analytica: Facebook paga cinco mil milhões para encerrar investigação. *Publico*. Acedido a 30 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.publico.pt/2019/07/24/tecnologia/noticia/facebook-aceita-penalizacao-cinco-mil-milhoes-euros-falhas-privacidade-1881097>

Phillips, D. (2008). Social inclusion, social exclusion and social cohesion: Tensions in a postindustrial world. *The Hong Kong Journal of Social Work*, 42(1/2), 3-31.

Pimenta, C. (2007). *Globalização e desenvolvimento: Realidade, possibilidade, ou miragem?*. Working Paper, Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto. Acedido a 8 de abril de 2019. Disponível em: https://www.fep.up.pt/docentes/cpimenta/textos/pdf/WP_2007_01.pdf

Pimentel, A. & Machado, M. (2018, Março 25). 12 coisas que tem de saber para perceber a polémica do Facebook e da Cambridge Analytica. *Observador*. Acedido a 18 de junho de 2019. Disponível em: <https://observador.pt/explicadores/12-coisas-que-tem-de-saber-para-perceber-a-polemica-do-facebook-e-da-cambridge-analytica/>

Piza, M. (2012). *O fenómeno Instagram: Considerações sob a perspetiva tecnológica*. (Monografia apresentada à Banca Examinadora do Departamento de Sociologia como exigência final para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais). Universidade de Brasília, Brasília.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Ramos, A. (2003). *Introdução à psicologia social* (4ª ed.). Santa Catarina: UFSC.

Ramos, C. & Assolini, E. (2020). Privacidade hackeada: A (des)construção da verdade a partir das fake news. *Revide*. Acedido a 2 de fevereiro de 2020. Disponível em: <https://www.revide.com.br/blog/elaine-assolini/privacidade-hackeada-desconstrucao-da-verdade-part/>

Reis, F. (2010). *Como elaborar uma dissertação de mestrado*. Lisboa: Pactor.

Ribas, E. (2007). A influência da linguagem virtual na linguagem formal de adolescentes. *Renote*, 5(1), 1-10. Acedido a 22 de outubro de 2021. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo9/artigos/8dElisangela.pdf>

Ribeiro, A. (2015). Taylorismo, fordismo, toyotismo. *Lutas Sociais*, 19, 65-79.

Rocha, G. (2010). O poder do Twitter como ferramenta de comunicação. (Trabalho de Conclusão de curso apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing). Faculdade de Tecnologias e Ciências Sociais Aplicadas, Brasília.

Rodrigues, F. (2016). Principais ameaças no contexto da cibersegurança. *Direito, Segurança e Democracia*, 48, 1- 23. Acedido a 17 de outubro de 2021. Disponível em: https://cedis.fd.unl.pt/wp-content/uploads/2017/10/CEDIS-working-paper_DSD_principais-amea%C3%A7as-no-contexto-da-ciberseguran%C3%A7a.pdf

Romm, T. (2019, Julho 24). U.S government issues stunning rebuke, historical 5\$ billion fine against Facebook for repeated privacy violations. *The Washington Post*. Acedido a 25 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/07/24/us-government-issues-stunning-rebuke-historic-billion-fine-against-facebook-repeated-privacy-violations/>

S/a. (2018, Março 21). 'Nós cometemos erros', diz Mark Zuckerberg sobre escândalo do Facebook com Cambridge Analytica. *G1*. Acedido a 24 de abril de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/nos-cometemos-erros-diz-mark-zuckerberg-sobre-escandalo-do-facebook-com-cambridge-analytica.ghtml>

Scola, N. (2013, Junho 14). Obama, the 'big data' president. *The Washington Post*. Acedido a 4 de janeiro de 2020. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/opinions/obama-the-big-data-president/2013/06/14/1d71fe2e-d391-11e2-b05f-3ea3f0e7bb5a_story.html

Shinn, T. (2008). Desencantamento da modernidade e da pós-modernidade: Diferenciação, fragmentação e a matriz de entrelaçamento. *Scientiae Studia*, 6(1), 43-81. Acedido a 10 de junho de 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ss/v6n1/a02v06n01.pdf>

Silva, J. (1992). Os navios que descobriram o mundo e a vida a bordo. *Revista de História das Ideias*, 14, 99-116. Acedido a 22/09/2019. Disponível em: https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/42045/1/Os_navios_que_descobriram_o_mundo.pdf

Silva, L. (1999). Globalização das redes de comunicação: Uma reflexão sobre as implicações cognitivas e sociais. In J. A. Alves, P. Campos & P. Q. Brito (Eds.), *O futuro da internet: Estado da arte e tendências de evolução*, (pp. 53-63), Lisboa: Centro Atlântico.

Stieglitz, S. & Dang-Xuan, L. (2013). Emotions and information diffusion in social media: Sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of Management Information Systems*, 29(4), 217–47.

Teixeira, S. (2007). A influência dos anúncios publicitários televisivos sobre os pequenos consumidores: Estudo empírico com crianças dos 8 aos 10 anos de idade. (Monografia apresentada à Universidade

Fernando Pessoa como parte dos requisitos para a obtenção do grau de licenciada em Ciências da Comunicação). Universidade Fernando Pessoa, Porto.

Timberg, C. & Helderman, R. (2019, Agosto 2). Brittany Kaiser's work with Cambridge Analytica helped elect Donald Trump. She's hoping the world will forgive her. The Washington Post. Acedido a 14 de abril de 2020. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/08/02/brittany-kaisers-work-with-cambridge-analytica-helped-elect-donald-trump-shes-hoping-world-will-forgive-her/>

Torres, C. (2009). A bíblia do marketing digital. São Paulo: Novatec.

Tsur, O., Ognyanova, K. & Lazer, D. (2016, abril 29). The data behind Trump's Twitter takeover. Politico Magazine. Acedido a 15 de março de 2020. Disponível em: <http://www.politico.com/magazine/story/2016/04/donald-trump-2016-twitter-takeover-213861>

Valente, J. (2019). Algoritmos e sites de redes sociais: Uma discussão crítica sobre o caso do Facebook. Revista Pós, 14(2), 87-113.

Vargas, A. & Santos, R. (2015). Interações sociais no Facebook: Um estudo sobre a construção dos processos de capital social. Universitas: Arquitetura e comunicação social, 12(1), 17-24.

Veiga, A. (2020). Proteção de dados: O direito à privacidade na era digital. (Tese de Mestrado em Direito, com especialidade em Ciências Jurídicas). Universidade Autónoma de Lisboa, Lisboa.

Vidotti, S. (2001). O Ambiente hipermídia no processo de ensino-aprendizagem. (Tese de Doutoramento em Educação). Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília.

Wood, R. (2005). Pré-história e os dinossauros (1ª ed.). Sintra: Impala Editores, S.A..

Wood, T. (1992). Fordismo, toyotismo e volvismo: Os caminhos da indústria em busca do tempo perdido. Revista de Administração de Empresas, 32(4), 6-18.

Anexos

Guião

- 1** – Quais as redes sociais que utiliza?
- 2** – Quais os canais de informação que utiliza para aceder a notícias? Porquê?
- 3** – O que acha que o fenómeno da internet representa para o desenvolvimento da civilização?
- 4** – Qual o impacto que pensa que a internet tem no desenvolvimento da comunicação, nomeadamente no contexto das redes sociais?
- 5** – Qual a sua opinião relativamente à análise de dados extraída da sua atividade online para fins comerciais ou eleitorais?
- 6** – Sente que vê os anúncios que vão ao encontro dos seus gostos enquanto navega nas redes sociais?
- 7** – Já se deixou enganar por alguma *fake news*? Qual a sua opinião relativamente a elas?
- 8** – Que grau de confiança tem em instituições como o Estado, no que toca na defesa dos dados pessoais dos seus cidadãos, dentro da internet?
- 9** – E nas empresas que fazem a gestão das suas contas em redes sociais? O que pensa das suas políticas de privacidade?
- 10** – Na sua opinião, a Democracia encontra-se ameaçada devido à extração e venda de dados por parte das empresas detentoras de contas em redes sociais?
- 11** – De que forma encara o contacto pessoal com amigos/família graças ao facto de existirem redes sociais?
- 12** – Quando navega nas redes sociais, o tipo de conteúdos que lhe aparece no *feed* fá-lo estabelecer contactos, através de grupos *online*, com pessoas que se identificam com o mesmo interesse?
- 13** – Sente afetos enquanto navega nas redes sociais? Se sim, como se sente com eles?
- 14** – Sonha em viver experiências que a internet lhe propõe através de sugestões publicitárias ou mesmo posts de pessoas famosas?

15 – De que maneira sente que a facilidade de aceder às redes sociais condiciona o convívio pessoal?

16 – De que forma vê os vínculos relacionais que se criam entre os indivíduos através das redes sociais?

17 – Qual a sua opinião quanto ao processo da globalização e que impacto este teve no uso de redes sociais?

12.1 - Situações de entrevista

I) **Ana Rita Costa**

Data: 05/08/2021

Duração: 00:29:06

Local: Casa da entrevistada

Profissão: *Freelancer* de vendas

Habilitações literárias: Licenciatura em Educação Gerontológica

Entrei em contacto com a entrevistada via telefónica. No próprio dia em que o fiz, mostrou-se imediatamente disponível para avançarmos com a entrevista. Esperou-me em casa dela, na cozinha, quando bati à porta veio receber-me, conversamos 5 minutos e fomos para o escritório para estarmos num ambiente mais recatado, sem haver interrupções. Antes de começar a gravar mostrou-se um pouco insegura relativamente ao tipo de resposta que devia dar, ao qual eu respondi que não existia um tipo de resposta certo ou errado, bastava ser ela própria, sem se preocupar com mais nada.

II) **Carlos Guerra**

Data: 14/09/2021

Duração: 00:41:25

Local: Casa do Entrevistado

Profissão: Gestor de Empresas/Apicultor (*hobbie/part-time*)

Habilitações literárias: Licenciatura em Gestão (pré-Bolonha)

O Carlos é um familiar meu com quem privo algumas vezes, e me perco a conversar acerca de variadíssimos temas, e devido ao conhecimento geral e interesse que tem pelo que o rodeia achei que podia ser alguém adequado a avançar para a entrevista. Contactei-o durante a semana via SMS, a questioná-lo se o podia entrevistar, ao qual ele me responde de imediato que sim, a par com um convite para jantar em sua casa com a família. Às 20h em ponto estava eu a entrar pela porta, enquanto ele dava os últimos retoques no jantar. Poucos minutos depois fomos para a mesa onde comemos e conversamos durante aproximadamente 1h. Após o término do jantar a cozinha foi arrumada e parte da família foi à sua vida, enquanto nós nos mantivemos na cozinha, a degustar um

copo de *shot* de rum, usando-o como um digestivo pós-jantar que alguém lhe tinha trazido do Panamá. Enquanto isto avançamos para a entrevista, onde não houve rodeios ou receios por parte do entrevistado, respondendo-me de forma clara às questões propostas. No final agradeci a hospitalidade e retirei-me.

III) Inês Carneiro

Data: 30/07/2021

Duração: 00:27:22

Local: Café

Profissão: Arquiteta

Habilitações literárias: Mestre em Arquitetura

Esperei pela Inês, na minha terra Natal – Ponte da Barca – enquanto ela vinha do Porto. Quando chegou fez questão de ir dar um passeio pela marginal do rio, e posteriormente avançamos com todo o processo que era necessário para fazer a entrevista. Como Ponte da Barca é uma vila pequena, e correndo o risco de ser interrompidos por conhecidos nos cafés locais, decidimos ir para a vila vizinha fazer a entrevista, onde o risco de interrupção era significativamente menor. Sentamos-nos na mesa mais distante do balcão de modo a ter alguma privacidade, e embora o café estivesse pouco concorrido preferimos não arriscar. Arrancamos a entrevista com um chá na mesa, para cada um, relaxados e descontraídos seguimos na temática que tratava a dissertação. Não fomos interrompidos uma única vez e o ambiente manteve-se silencioso desde o início até ao fim da gravação. Posteriormente dei-lhe boleia de volta a Ponte da Barca, agradeci-lhe, e cada um foi às suas vidas.

IV) Nelson Barros

Data: 08/07/21

Duração: 00:37:57

Local: Café

Profissão: Instrutor de aulas de grupo / Coordenador de futebol

Habilitações literárias: Mestre em Ciências do Desporto

Encontrei-me com o Nelson na hora de café pós-almoço, num bar com esplanada sugerido por ele. Estando um dia solarengo optamos por fazer a entrevista no exterior devido à privacidade e ao bom

tempo que se fazia sentir. Iniciamos a entrevista com cafés a água das pedras na mesa. Tudo correu de forma fluída sem qualquer tipo de rodeios ou inseguranças relativamente às temáticas propostas pela entrevista. Posteriormente, quando desliguei o gravador, continuamos a discutir alguns temas ligados às redes sociais e à proteção de dados, até que ele se foi embora e eu entrei para o bar.

V) Romão Araújo

Data: 10/10/2021

Duração da entrevista: 00:44:35

Local da entrevista: Escritório do próprio

Profissão: Advogado

Habilitações literárias: Licenciatura em Psicologia, Licenciatura em Direito, Licenciatura em Solicitadoria.

Solicitei a entrevista com o Romão há uns tempos, até que finalmente consegui que ele tivesse disponibilidade para me receber no seu escritório, no coração da vila de Arcos de Valdevez. Uma vez chegado ao local do escritório fui convidado a subir as escadas do prédio, onde entrei, bati à porta e fui recebido de forma calorosa pelo próprio. Após a conclusão da entrevista fui convidado para lanchar, onde estivemos à conversa acerca de outras questões relacionadas com a sociedade. Posteriormente ao lanche, agradeci-lhe por tudo e cada um foi para a sua vida.

VI) José Sá

Data: 04/10/2021

Duração da entrevista: 00:47:41

Local da entrevista: Sala de estar de hotel

Profissão:

Habilitações literárias: Mestre em Engenharia Química

Há já algum tempo que conheço o Zé, e que volta e meia conversamos acerca de questões sociais e económicas. Devido à abertura que ele tem para comunicar acerca de temas que requerem um debate, reflexão e apresentação de argumentos achei que seria adequado convidá-lo para ser meu entrevistado. Fomos para o sala de estar de um hotel, onde apenas se encontrava a funcionária de bar. Desde que começamos até ao término da entrevista que não fomos incomodados, nem entrou ou saiu alguém daquela sala de estar. A entrevista decorreu mediante a normalidade que foi verificada nas

anteriores. No final, agradeci-lhe, ofereci-lhe uma bebida, e no fim de terminarmos seguimos os nossos caminhos.

VII) Hugo Ribeiro

Data: 28/10/2021

Duração da entrevista: 00:36:44

Local da entrevista: Estúdio de produção musical

Profissão: *Software developer*

Habilitações literárias: Mestre em Engenharia Informática

O Hugo é meu amigo de longa data, e aquando fez a sua tese de mestrado o tema que se encontrava a explorar (embora dentro da área da Engenharia Informática) tocava algumas arestas com a dissertação que estou a escrever; principalmente no uso da temática das redes sociais. Devido ao uso que ele lhes dá e ao tema que desenvolveu há poucos anos atrás, achei-o alguém adequado para entrevistar. Quando o convidei aceitou prontamente o meu convite. Dirigimo-nos para o meu estúdio, onde produzo música como *hobbie*, conversamos acerca do tema, até que passamos para a entrevista. Correu de maneira normalizada, sem interrupções. No fim ainda ficamos mais algum tempo sentados a conversar acerca de música, e fomos embora passados uns minutos de conversa.